



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

FAKULTA PODNIKATELSKÁ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT

ÚSTAV MANAGEMENTU

INSTITUTE OF MANAGEMENT

VÝBĚR A IMPLEMENTACE INFORMAČNÍHO SYSTÉMU

INFORMATION SYSTEM SELECTION

DIPLOMOVÁ PRÁCE

MASTER'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

Bc. Zuzana Čelková

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

doc. Ing. Miloš Koch, CSc.

BRNO 2018

Zadání diplomové práce

Ústav: Ústav managementu
Studentka: **Bc. Zuzana Čelková**
Studijní program: Ekonomika a management
Studijní obor: Řízení a ekonomika podniku
Vedoucí práce: **doc. Ing. Miloš Koch, CSc.**
Akademický rok: 2017/18

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a se Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně zadává diplomovou práci s názvem:

Výběr a implementace informačního systému

Charakteristika problematiky úkolu:

Úvod
Cíle práce, metody a postupy zpracování
Teoretická východiska práce
Analýza problému
Vlastní návrhy řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Cíle, kterých má být dosaženo:

Analyzovat stávající stav informačního systému vybrané organizace a jeho efektivnosti, posoudit tento stav a na základě firemní strategie připravit alternativní možnosti nového informačního systému včetně posouzení variant a návrhu optimální.

Základní literární prameny:

BASL, Josef a Roman BLAŽÍČEK. Podnikové informační systémy: podnik v informační společnosti. 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. 323 s. ISBN 978-80-247-4307-3.

GÁLA, Libor, Jan POUR a Zuzana ŠEDIVÁ. Podniková informatika. 2. přeprac. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2009, 496 s. ISBN 978-80-247-2615-1.

MOLNÁR, Zdeněk. Efektivnost informačních systémů. 2. rozš. vyd. Praha: Ikar, 2000. 178 s. ISBN 80-247-0087-5.

SCHWALBE, Kathy. Řízení projektů v IT. Brno: Computer Press, 2007. 720 s. ISBN 978-80-251-1526-8.

SODOMKA, Petr a Hana KLČOVÁ. Informační systémy v podnikové praxi. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Brno: Computer Press, 2010. 501 s. ISBN 978-80-251-2878-7.

Termín odevzdání diplomové práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2017/18.

V Brně, dne 28. 2. 2018



doc. Ing. Robert Zich, Ph.D.
ředitel



doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
děkan

Abstrakt

Táto diplomová práca sa zaoberá výberom informačného systému pre firmu Webnode, ktorá ponúka online služby svojim zákazníkom. Firma chce rozšíriť svoje služby, a chce poskytovať zákazníkom možnosť spravovania webových stránok aj pomocou mobilnej aplikácie. Diplomová práca sa zaoberá výberom informačného systému pre tvorbu mobilných aplikácií. Prvá kapitola diplomovej práce vysvetľuje teoretické východiská, ktoré využijeme v praktickej časti. Nasledujúca kapitola predstavuje firmu, firemnú víziu, misiu a marketingový mix spoločnosti, podáva podrobnú analýzu spoločnosti pomocou viacerých metód. Tretia kapitola je venovaná riešeniu problému, výberu informačného systému a implementácii systému v podniku. Na konci diplomovej práce sú sumarizované prínosy riešenia.

Abstract

This thesis deals with the selection of an information system for Webnode, which offers on-line services to its customers. The company wants to expand its services and wants to give customers the ability to manage their websites through a mobile application. The thesis deals with the selection of an information system for creating a mobile application. The first chapter of the thesis explains the theoretical starting points that we will use in the practical part. The following chapter introduces the company and its vision, mission, and marketing mix and offers detailed analysis of the company, using a variety of methods. The third chapter deals with problem solving, information system selection and its implementation. At the end of the thesis, the benefits of the solution are summarized.

Kľúčové slová

Mobilná aplikácia, iOS, Android, informačný systém, analýza, projekt, vývoj, implementácia systému

Keywords

Mobile application, iOS, Android, information system, analysis, project, development, system implementation

BIBLIOGRAFICKÁ CITACE

ČELKOVÁ, Z. *Výběr a implementace informačního systému*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2018. 90 s. Vedoucí diplomové práce doc. Ing. Miloš Koch, CSc.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 18. května 2018

.....

podpis studenta

POĎAKOVANIE

Týmto spôsobom by som chcela poďakovať vedúcemu práce, pánovi doc. Ing. Milošovi Kochovi, CSc., za cenné informácie, odborné rady a ochotný prístup pri tvorbe tejto práce.

Obsah

Úvod	10
CIELE PRÁCE, METÓDY A POSTUPY SPRACOVANIA.....	11
Ciele práce	11
Metódy a postupy spracovania	11
1. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ.....	13
1.1 Základné pojmy	13
1.1.1 Dáta a informácie.....	13
1.1.2 Podnikové procesy	14
1.2 Informačné systémy.....	16
1.2.1 Klasifikácia	17
1.3 Obstaranie informačného systému	18
1.3.1 Vlastný vývoj.....	18
1.3.2 Nákup.....	20
1.3.3 Outsourcing.....	20
1.4 Budovanie informačného systému	21
1.5 Špecifikácia IT projektov	22
1.6 Mobilné platformy	25
1.7 Analýza rizík	28
1.7.1 Procesy analýzy rizík	29
1.8 Zavedenie informačného systému v podniku	30
1.8.1 Súbežná stratégia	30
1.8.2 Pilotná stratégia.....	30
1.8.3 Nárazová stratégia.....	31
1.9 Modely na analýzu podniku	31

1.9.1	SWOT analýza.....	31
1.9.2	McKinseyho model 7S.....	32
1.9.3	Porterov model.....	34
1.9.4	McFarlanov model.....	36
2.	ANALÝZA.....	38
2.1	Základné údaje o spoločnosti	38
2.1.1	Vízia a misia spoločnosti	42
2.1.2	Marketing mix spoločnosti	43
2.2	Analýza súčasného stavu	48
2.3	Analýza spoločnosti.....	49
2.3.1	7S analýza	49
2.3.2	SLEPT analýza	52
2.3.3	Porterov model piatich síl	55
2.3.4	McFarlanov model.....	58
2.3.5	SWOT analýza.....	60
2.4	Firemná stratégia	63
3.	VLATNÉ NÁVRHY RIEŠENIA.....	65
3.1	Požiadavky na informačný systém	65
3.2	Možnosti obstaranie informačného systému	66
3.2.1	Informačný systém vyvinutý na mieru	66
3.2.2	Prenájom informačného systému.....	67
3.2.3	Nákup hotového informačného systému.....	67
3.3	Výber informačného systému.....	67
3.3.1	Hrubý výber	68
3.3.2	Jemný výber.....	71

3.4	Postup zavedenia informačného systému	74
3.5	Analýza rizík	77
3.5.1	Význam a pravdepodobnosť rizík.....	78
3.5.2	PERT diagram.....	80
3.6	Ekonomické zhodnotenie	81
3.6.1	Prínosy riešenia.....	81
3.6.2	Náklady.....	82
ZÁVER.....		84
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY		85
ZOZNAM OBRÁZKOV		88
ZOZNAM TABULIEK		89
ZOZNAM POUŽITÝCH GRAFOV		90

Úvod

V dnešnej dobe podniky bez informačného systému skoro neexistujú. Informačný systém sa stal neoddeliteľnou súčasťou podniku, zefektívňuje podnikové procesy, zvyšuje úroveň komunikácie, pomáha dosiahnuť podnikové ciele. Informačná technológia sa v posledných rokoch vyvíja veľmi rýchlo, inovácie, aktualizácie, nové produkty sú na trhu čoraz častejšie, dĺžka životného cyklu sa skracuje. Za posledných 10-20 rokov sa dostávajú do popredia aj firmy, ktoré ponúkajú služby alebo produkty informačnej technológie. Obzvlášť také firmy musia nasledovať aktuálne trendy, aby ponúkali svojim zákazníkom vždy najlepšie služby a možnosti na trhu.

Aby firma bola úspešná, je kľúčový správny výber informačného systému. Správny výber a implementácia informačného systému vôbec nie je jednoduchý proces. Firma najprv musí určiť očakávania a požiadavky na systém. Správny výber má byť na základe analýzy firmy a poskytnutých možností na trhu. V súčasnosti existuje viacero firiem, ktoré ponúkajú hotové riešenia informačného systému v rôznych cenových kategóriách. Keď sa firma rozhodne používať určitý informačný systém, tak nesmie zabudnúť na aktualizácie, pretože za určitú dobu bude tento systém zastaralý. Okrem toho konkurenčná analýza je veľmi dôležitá, aby firma raz za čas analyzovala konkurentov a ich aktualizácie.

Táto diplomová práca sa zameriava na výber informačného systému pre podnik, ktorý poskytuje online služby svojim zákazníkom. Firma poskytuje online služby, webový editor pre tvorbu webových stránok a chce poskytovať novú službu- mobilnú aplikáciu, kde zákazníci majú možnosť spravovať svoj projekt. Firma analyzovala konkurentov a dospela k záveru, že na udržanie svojho podielu na trhu potrebuje rozšíriť svoje portfólio, keďže konkurenti túto možnosť už poskytujú svojim zákazníkom. Firma zatiaľ nemá žiadne skúsenosti na trhu mobilných aplikácií a preto je veľmi dôležitá správna voľba a správne naplánovanie výberu systému. Keď firma nenaplánuje výber, alebo nejasne definuje požiadavky a ciele, môže nastať situácia, že nový systém nebude spĺňať požiadavky, nebude fungovať správne, alebo prinesie náklady navyše.

V práci prezentujeme celý proces výberu informačného systému. Poukážeme na možnosti firmy na obstaranie nového systému, analyzujeme stav podniku, popíšeme proces výberu, analyzujeme riziká a zhrneme výhody a prínosy riešenia.

CIELE PRÁCE, METÓDY A POSTUPY SPRACOVANIA

Ciele práce

Cieľom diplomovej práce je vybrať správny informačný systém, ktorý je vhodný pre firmu. Informačný systém je nová mobilná aplikácia na Android a iOS operačné systémy, ktorá spolupracuje s existujúcim systémom vo firme. Cieľom práce je vybrať si správny systém a popísať prínosy riešenia. Práca má nasledujúce čiastkové ciele:

- Sumarizovať teoretické východiská práce
- Predstaviť spoločnosť
- Analyzovať požiadavky firmy
- Vybrať správne riešenie pre firmu
- Posúdiť prínosy poskytnutého riešenia pre firmu

Metódy a postupy spracovaní

Metóda je postup, ktorá nám určuje, ako môžeme dosiahnuť určité ciele. Metódu môžeme popísať ako pracovný postup, ako systém regulatívnych pravidiel. V diplomovej práci používame metódy **logické** aj **empirické**. (1)

Medzi logické metódy patrí **analýza**, ktorú používame pri analýze spoločnosti. Počas analýzy je celok rozdelený na menšie kúsky, aby sme našli dôležité prvky podniku. S analýzou sme schopné popisovať vzťahy a procesy v spoločnosti. Analýza je vlastne rozklad, rozbor určitých problémov, alebo situácií. (1)

Dedukcia alebo **odvodzovanie** je používaná na riešenie problémov v diplomovej práci. Pomocou dedukcie používame všeobecne známe poznatky a tvrdenia na riešenie konkrétnych problémov.

Abstrakciu sme používali, aby sme vyzdvihli podstatné stránky vytvoreného modelu a vysvetlili jedinečnosť modelu.

Medzi empirické metódy patrí **pozorovanie**, kde sa snažíme všímať si javy, veci. Z pozorovania sme si robili určitý popis, poznámky. Pri popise sme pridávali veciam nejaké vlastnosti, teda sme sa snažili o ich klasifikáciu.

Rozhovor sa používa na zistenie názorov a reálneho obrazu spoločnosti.(1)

Diplomová práca je rozdelená na tri hlavné časti, Prvá časť sa venuje teoretickým východiskám, ktoré využijeme v ďalších častiach práce. V prvej kapitole definujeme základné pojmy týkajúce sa informačného systému. Ukážeme aké možnosti sú na obstaranie informačného systému, aby sme vedeli, že firma aké možnosti má. Vysvetlíme metódu budovania systému, spôsoby zavedenia a analýzu rizík. Predstavíme aj mobilné platformy, keďže firma chce obstarat' mobilnú aplikáciu. V závere teoretickej časti sme sa venovali základným modelom na analýzu podniku a podnikových procesov.

Druhá kapitola je analytická časť, kde je predstavená spoločnosť, tu môžeme nájsť základné údaje o spoločnosti. Vysvetlím víziu a misiu spoločnosti a aký má marketingový mix. Nasleduje podrobná analýza spoločnosti pomocou viacerých metód: 7S analýzy, podľa modelov SLEPT, Portner, McFarlanov a SWOT.

Tretia kapitola je venovaná riešeniu problému, výberu informačného systému a implementácii v podniku. Zhrnieme požiadavky na informačný systém, popíšeme možnosti na obstaranie informačného systému a ich výhody a nevýhody. Po výbere popíšeme vhodný spôsob obstarania, čiže výber vhodného dodávateľa a detaily jednotlivých kandidátov. Po výbere je vysvetlený postup zavedenia systému a projektové riešenie. V závere kapitoly sú vysvetlené riziká a sumarizácia prínosov navrhovaného riešenia.

1. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ

1.1 Základné pojmy

V tejto časti najprv popíšeme základné pojmy, ktoré súvisia s informačnými systémami, potom vysvetlíme ako fungujú podnikové procesy a aké podnikové procesy poznáme, a na konci ukážeme čo sú a ako fungujú informačne systémy a ako ich klasifikujeme.(2)

1.1.1 Dáta a informácie

Dáta sú nepostrádateľné vo svete informatiky, tvoria hlavný predmet operácií, ktoré sa uskutočnia v informačnom systéme. Dáta tvoria súbor, ktorý je ich organizačnou jednotkou. So súbormi je možné urobiť základné operácie a to založenie, zobrazenie, kopírovanie, aktualizovanie, premenovanie, zmazanie alebo transformácia. Súbor dát, ktoré spolu súvisia, nazývame databázy. Organizovať dáta môžeme tradične, to znamená, že bázy údajov sú vytvorené samostatnými súbormi. Druhá možnosť je organizovanie databázové, kde databáza je vytvorená navzájom prepojenými súbormi údajov.

Keď hovoríme o dátach, je potrebné brať do úvahy ich charakteristické vlastnosti, ktoré dáta popisujú. Charakteristická vlastnosť dát je formát a vnútorná štruktúra, potom dĺžka a objem dát, dátové typy a uloženie. V podnikateľskom prostredí najčastejšie používané formáty sú tabuľky, texty a grafy. Vnútorná štruktúra je to, z čoho sa to skladá: znaky, slova, stránka, riadka. Pri texte môžeme hovoriť o voľnej štruktúre, tak u tabuľky je tá štruktúra pevne daná, keďže je rozdelená na riadky a stĺpce. Dáta v podnikovej informatike sa dajú rozdeliť podľa viacerých aspektov. Podľa toho, či vznikajú v podniku, alebo mimo neho, môžeme rozdeliť dáta na interné a externé. Interné vznikajú v podniku a môžu sa používať počas riadenia podniku, napríklad v účtovníctve, alebo podnik môže tieto údaje poslať ďalším partnerom, napríklad zmluvy, faktúry, atď. Externé dáta vstupujú do podniku, napríklad prijaté objednávky alebo faktúry. Externé dáta môže firma dostať od rôznych spoločností ako napríklad marketingové analýzy vytvorené externými firmami, alebo zdieľané informácie o nových technológiách a produktoch. Dáta môžeme ešte rozdeliť podľa toho, aký vzťah majú k účelu v podnikovom riadení na kmeňové, pohybové, riadiace a správne, dokumentácie a štúdie. Kmeňové dáta majú trvalejší charakter, takže len zriedka

podliehajú zmenám. Tieto dáta nájdeme v databáze zákazníkov, dodávateľov, zamestnancov, materiálov, výrobných zariadeniach apod. Pohybové dáta popisujú zmeny, ktoré sa nastávajú pri tovaroch a službách, ktoré znamenajú pre firmu zmeny v podnikových kapacitách a zdrojoch. Tieto údaje vstupujú do systému elektronicky alebo v papierovej podobe a ukladajú sa v databázach. Sem radíme príjemky, výdavky, mzdové listy, reklamácie, inventúry, dodacie listy apod. Riadiace a správne dáta obsahujú dôležité informácie, aby kmeňové a pohybové dáta mohli byť realizované. Tieto údaje sú väčšinou v elektronickej podobe a formát je textový. To pomáha k tomu, aby sa tieto údaje dali jednoducho editovať a vyhľadávať. Sem zaradíme legislatívu a zákony, predpisy a štandardy, organizačný poriadok a podobne. Špeciálne údaje sú číselníky, ktoré uchovávajú len číslo a význam, čo k tomu patrí. Štvrtú skupinu tvoria dokumentácie a štúdie, ktoré sú väčšinou údaje výstupné, t.j. analýzy, mapy, plány, výrobné dokumentácie. (2)

1.1.2 Podnikové procesy

Proces je súhrn činností, ktoré na sebe nadväzujú. Počas procesov zo vstupov vznikajú výstupy, a viažu na seba zdroje, ich charakteristiky sú merateľné. Na to, aby procesy začínali, potrebujeme nejaký podnet, alebo impulz. Procesy v podniku majú väčšinou priamy vzťah s informačným systémom a spolupracujú so systémom, napríklad prijímanie objednávok je zaevidované aj do systému. Procesy charakterizujú nasledujúce faktory:

Cieľ procesu popisuje dôvod, prečo proces prebieha a prečo je proces v podniku. Proces má pre podnik určitú hodnotu, čo pre firmu vznikajúce výstupy znamenajú.

Udalosť je ten impulz, kvôli čomu proces začína. Táto udalosť môže mať rôzne typy spúšťacích signálov: Vstup môže byť impulz na začatie procesu. Napríklad keď firma dostane objednávku, tak začne proces vybavenie objednávky a uspokojenie potrieb zákazníka. Čas tiež môže byť impulz na to, aby bol proces spustený, napríklad prvý deň v mesiaci, alebo prvý deň v týždni. Impulz môže pochádzať aj z internej potreby zmeny, čiže potreby zmeny týkajúcej sa produktu alebo služby, inovácie v produkcii apod. Udalosť tiež môže byť výnimočný stav ako poruchy, výpadky alebo chyby, nedostatky vo výrobe. (3)

- Ďalšou charakteristikou procesu sú vstupy a výstupy procesu.
- Vlastník procesu je človek, ktorý je zodpovedný za celý proces a za výsledky.
- Zákazníci procesu sú ľudia, ktorým je výstup procesu určený.
- Náklady procesu sú finančné prostriedky potrebné k realizácii procesu. Obsah procesu sú tie činnosti, ktoré počas procesu sú realizované a ich vzájomné vzťahy.

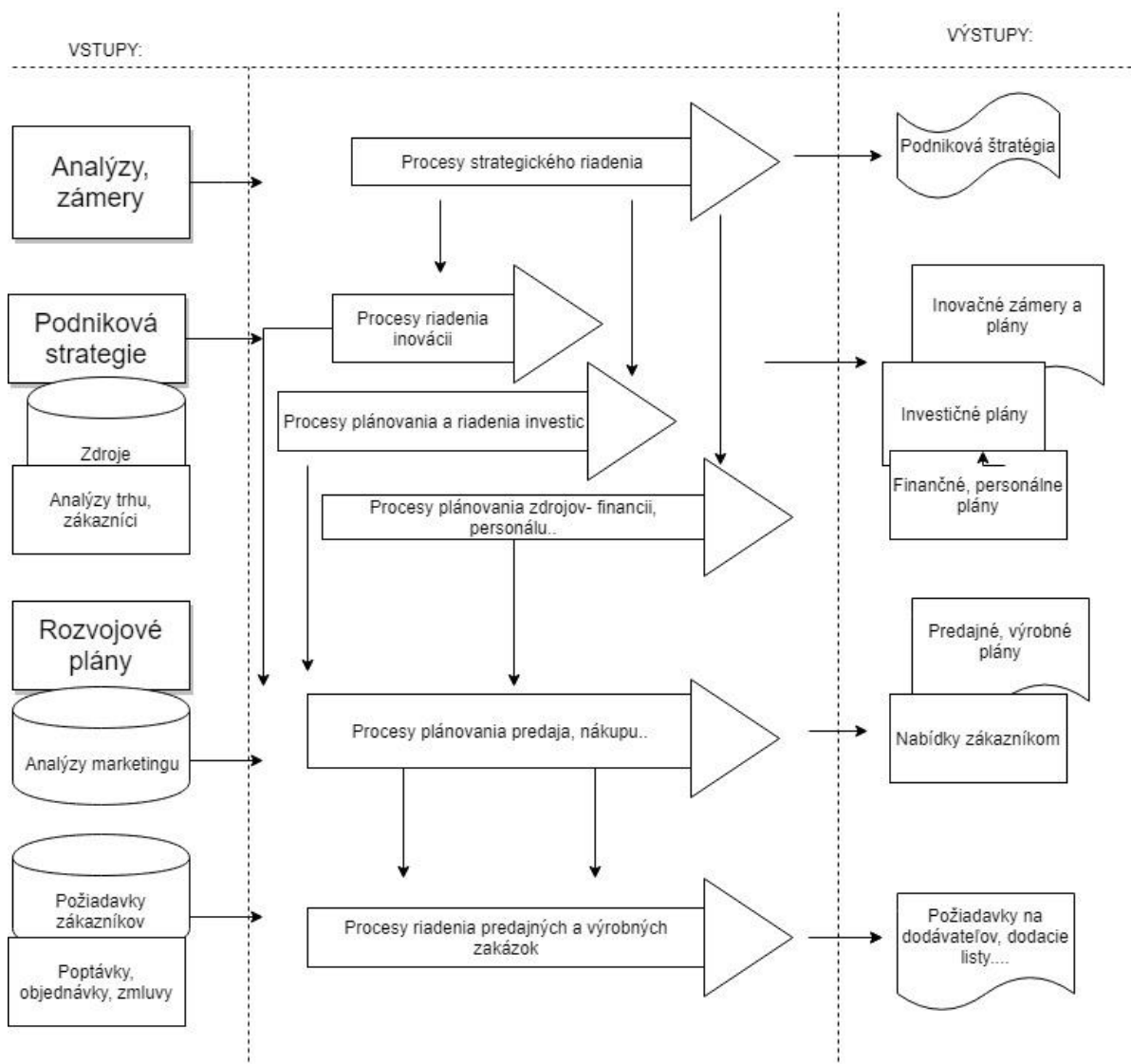
Kategorizácie procesov

Proces môžeme kategorizovať podľa významu procesov na základné, alebo core procesy, na podporné a na riadiace procesy. Základné procesy sú tie procesy, ktoré sa podieľajú na vzniku hodnoty, takže produkty podniku. Tieto procesy zaistujú hlavné procesy firmy. Podporné procesy ako ich názov ukazuje, slúžia na podporu hlavných procesov, napríklad fakturácia, alebo zásobovanie materiálom pre hlavné procesy. Riadiace procesy slúžia na organizáciu a spravovanie administratívnych a organizačných procesov vo vnútri firmy. Cieľom týchto procesov je vytváranie podnikových pravidiel alebo smerníc.

Procesy môžeme tiež členiť podľa toho, aký vzťah majú k subjektom na interné a externé procesy. Interné procesy podporujú a zaistujú len činnosti v danom podniku. Externé procesy obsahujú procesy, ktoré slúžia na udržanie vzťahu mimo podniku, čiže s externými dodávateľmi, zákazníkmi atď.

Procesy je tiež možné rozdeliť podľa stupňa technologickej podpory. Prvú skupinu tvoria procesy bez technologickej podpory, u ktorých je dokumentácia len v papierovej podobe, alebo dokumentácia vôbec neexistuje. Druhú skupinu tvoria procesy, ktoré sú dokumentované v elektronickej podobe. Elektronická podoba pomáha firmám, aby údaje rýchlo našli, mohli rýchlo spracovať a s elektronickou podobou dôjde aj k zníženiu chýb v procese. Tretia skupina sú čiastočne automatizované procesy, ktoré sú riadené technológiami work flow, takže procesy sú programovo riadené automaticky. Poslednú skupinu tvoria plne automatizované procesy, napríklad automatizované výrobné linky apod.

Procesy v podnikovej informatike sú rozdelené podľa úrovne riadenia na strategické, plánovacie, taktické a operatívne. (3)



Obrázok č. 1: Procesný model

(Zdroj: vlastná tvorba, (3))

1.2 Informačné systémy

Keď hovoríme o informačnom systéme, tak najprv by sme mali definovať čo je to systém. Systém obsahuje prvky, ktoré sú navzájom prepojené a spolu súvisia a komunikujú. Informačný systém je teda systém, v ktorom je väzba medzi človekom, údajmi a informačnými zdrojmi. Hlavnou úlohou informačného systému je spracovanie

a dosiahnutie presne daných cieľov. Keď hovoríme o informačnej technológii, tak máme skôr na mysli hardware alebo software. Ale nesmieme zabudnúť na tretiu časť a to je orgware, čiže organizačná štruktúra, alebo pravidlá. Informačný systém zahŕňa aj dátovú základňu, čo sú informácie, ktoré musia byť dostupné a to včas a na správnom mieste. Tiež dôležitou súčasťou systému sú ľudia a ich schopnosť so systémom pracovať. To je možné zlepšiť rôznymi školeniami. Súčasťou systému je tiež riadenie, ktoré má na starosti manažment podniku. (4)

1.2.1 Klasifikácia

V podniku nájdeme viacero organizačných úrovní, a každá úroveň sa vyznačuje vlastným typom informačného systému. Samozrejme tieto úrovne spolu súvisia a nedá sa povedať, že by sami fungovali bez kontaktu s ostatnými úrovňami. Prvá úroveň, ktorú môžeme opísať, je prevádzková. Na tejto úrovni je informácia spracovaná u rutinných úloh a procesov, ako napríklad výroba zákazky, nákup materiálu, predaj výrobkov atď. Tieto informačné systémy slúžia na plnenie každodennej činnosti, takže pri ich fungovaní tok informácií a materiálov prebieha cez podnik. Preto tieto systémy nazývame aj ako prevádzkové alebo transakčné systémy. Tieto systémy dávajú presné a aktuálne informácie, aby činnosť podniku mohla bez prestávky fungovať. Ďalšia úroveň je znalostná úroveň. Sem patria systémy klientskej a kancelárskej aplikácie, software slúžiaci na tímovú prácu, nástroje osobnej informatiky. Tieto systémy slúžia na to, aby znalosti v podniku boli zaistené a poskytované. Užívatelia týchto systémov sú hlavne manažéri a technicko-hospodárski pracovníci. Tretia úroveň je riadiaca, ktorá dodáva informáciu potrebnú k riadeniu systému a k rozhodovaniu. Informácia je tiež dôležitá na prípravu analýzy. Tieto informácie využíva vrcholový a stredný manažment. Posledná, najvyššia úroveň je strategická. Používa ju len vrcholový manažment, aby zistili trendy v podniku, ale aj mimo neho. Pomocou systému sa snažia predpovedať zmeny a či je na to podnik schopný reagovať. (5)

Holisticko-procesný pohľad na informačné systémy rozdeľuje systém na 4 skupiny. Prvá skupina je ERP, ktorá je potrebná na riadenie procesov v podniku. Druhý systém je CRM, ktorý slúži na komunikáciu a riešenie vzťahov so zákazníkmi. SCM systém slúži na komunikáciu s dodávateľmi, systém obsahuje APS systém, ktorý má úlohy pri plánovaní výroby. Posledný systém je MIS, ktorý zbiera dáta z ostatných systémov

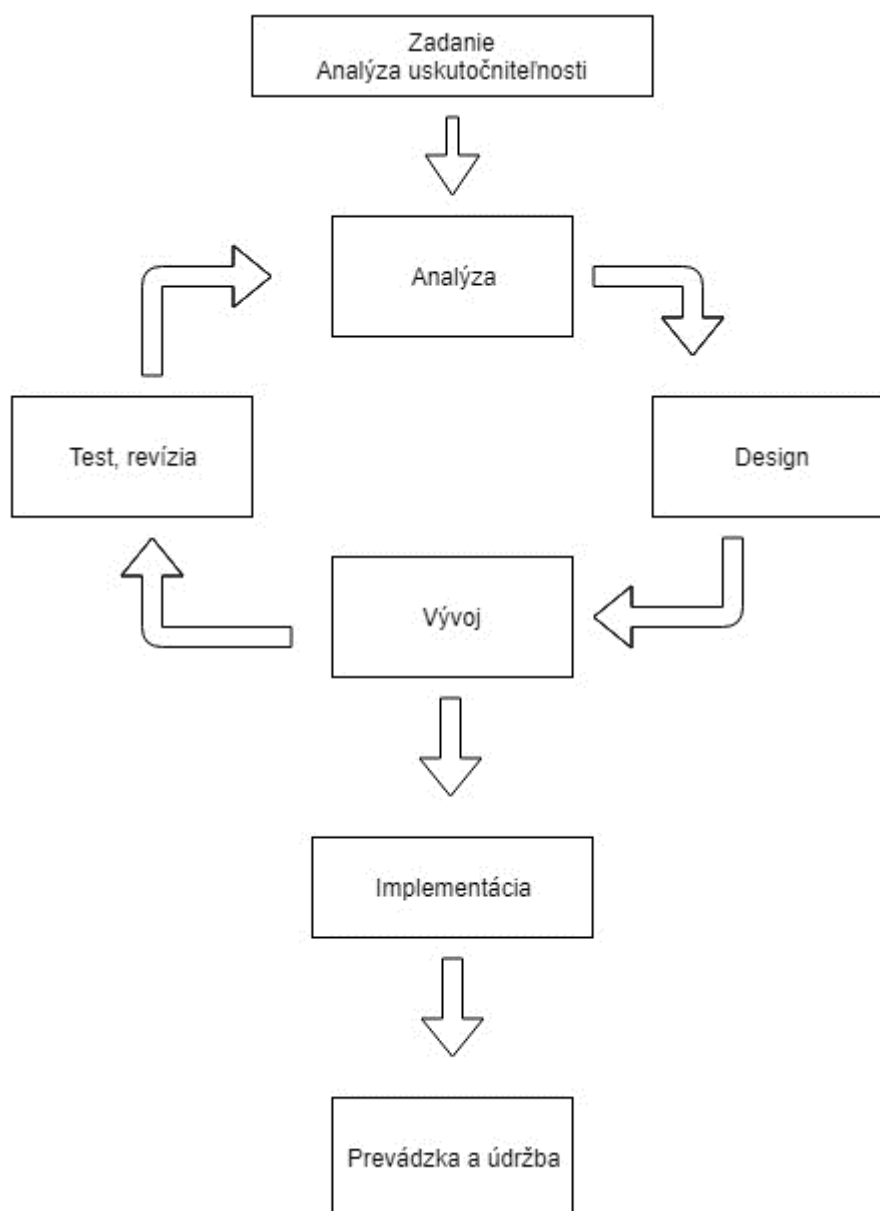
a z tých informácií , ktoré zhromaždil, tak dá dohromady informácie potrebné k rozhodovaniu. (5)

1.3 Obstaranie informačného systému

Pri plánovaní zavedenia informačného systému do podniku je potrebné pripraviť informačnú stratégiu podniku, zhodnotiť prínosy nového systému a potom si vybrať správnu alternatívu z možností. Keď podnik rozmýšľa, že chce nový informačný systém, tak sa musí rozhodnúť či si ho chce vytvoriť, alebo objednať od externého dodávateľa na zákazku. V poslednej dobe je možné si zariadiť systém pomocou ASP, čiže application service providing. Keď si pozrieme tieto možnosti ohľadne rôznych faktorov, tak môžeme vidieť, že ohľadne ceny je najdrahšia možnosť vlastne vyvíjaný informačný systém, kým najlacnejší je hotový IS. ASP cenovo znamená strednú cestu medzi predchádzajúcimi variantmi. Časovo náročný je vlastný vývoj, kým ASP a hotový systém nie je časovo náročný, to firma môže získať za respektíve krátky časový úsek. Keď hovoríme o tom, v akom rozsahu sa dá prispôsobovať ten systém vlastným potrebám podniku, tak jednoznačne má výhodu vyvíjaný systém, ktorý sa dá úplne prispôsobovať vlastným potrebám. Hotový systém a ASP sa nedá úplne prispôbiť. Posledný faktor je závislosť na dodávateľoch. Pri ASP systéme je vysoká závislosť, pri hotovom systéme stredne vysoká a pri vyvíjanom systéme je táto závislosť najnižšia. (6)

1.3.1 Vlastný vývoj

Vývoj informačného systému v podniku alebo u dodávateľa popisuje nasledujúci obrázok. Ako môžeme vidieť na obrázku vývoj vždy začína zadaním práce a analýzou, či je vôbec projekt a vývoj systému uskutočniteľný. Keď firma zistí, že áno, tak postupuje do ďalšej fázy a to je kruh na seba nadväzujúcich krokov, ktoré sú potrebné na uskutočnenie a vývoj produktu. Sem patrí analýza, dizajn, vývoj a testy. Keď testy dopadli dobre, tak podnik až vtedy môže začať s implementáciou systému v podniku. Pri implementácii je veľmi dôležité školenie zamestnancov na nový systém, aby vedeli ako s novým systémom pracovať. Po implementácii nasleduje posledná fáza, a to prevádzka systému a údržba.



Obrázok č. 2: Postup pri vývoji IS

(Zdroj: vlastná tvorba, (6))

Vlastný vývoj informačného systému znamená pre podnik veľkú výhodu v tom, že systém môže prispôbiť vlastným potrebám a navrhnuť podľa vlastnej požiadavky. Podnik môže do vývoja zahrnúť aj také funkcie, ktoré žiadny dodávateľ neposkytuje, a tak uspokojiť všetky požiadavky na informačný systém. Táto forma je ale časovo a aj finančne náročná, keďže vývoj je komplikovaný a ťažký proces. Práve preto túto formu

obstarania systému zvolia väčšinou len malé firmy, ktoré majú procesy jednoduchšie než veľké medzinárodné spoločnosti. (6)

1.3.2 Nákup

Nákup informačného systému pre podnik znamená rýchlejšie a lacnejšie riešenie, avšak firma sa musí uspokojiť s hotovým riešením od dodávateľa. Taký nákup je najčastejšie vo forme licencie, ktorú firma získa a na základe nej môže software používať. Keďže zo strany dodávateľa sú dané funkcie systému, je veľmi dôležité, aby podnik našiel a vybral najvhodnejšie riešenie, ktoré zodpovedá očakávaným funkciám. Implementáciu systému najčastejšie zaistuje dodávateľ systému. (6)

1.3.3 Outsourcing

Ďalšou možnosťou obstarania informačného systému je outsourcing. **Outsourcing** znamená zabezpečenie systému ako služby, a najčastejšie sa zabezpečuje pomocou internetového pripojenia. Výhodou takého systému je, že podnik nemusí investovať do hardwareov, pretože potrebný hardware vlastní dodávateľ. Takže krátkodobo to vychádza pre firmu výhodnejšie, akurát z dlhodobého hľadiska to nemusí byť pravdou. Ďalšia výhoda je, že systém je možné veľmi rýchlo zabezpečiť a pripojenie je možné kdekoľvek a kedykoľvek. Keďže firma nevlastní systém, tak nemôže mať nad systémom kontrolu a musí sa spoliehať na dodávateľa. Jeden typ zabezpečenia informačného systému je od poskytovateľa ASP. So systémom ASP podnik dostane od dodávateľa informačný systém pomocou zabezpečeného internetového pripojenia, takže systém je fyzicky u dodávateľa, ktorý to spravuje. Takže systém vyzerá tak, akoby bol súčasťou podniku, aj keď fyzicky tomu tak nie je. Výhodou tohto systému sú rýchlosť a nižšie náklady. Hlavná nevýhoda je, že firma je veľmi závislá na dodávateľovi systému a takto nemá kontrolu nad aplikáciami a môže dôjsť aj k ohrozeniu bezpečnosti údajov. (7)

Cloud computing je možnosť využitia systému pomocou internetu. Má viacero typov:

IaaS je skratka pre infrastructure as a service, kde podnik používa systém ako službu. Dodávateľ poskytuje podniku prenájom infraštruktúry, napríklad dátové úložisko, pamäť, sieťovú infraštruktúru. Poskytovaná služba môže byť fyzická, čiže skutočná,

alebo virtuálna. Výhodou systému je, že podnik nemusí zaistiť hardware. Príkladom takého systému je napríklad Openstack.

PaaS systém je platform as a service, kde dodávateľ poskytuje pre podnik prenájom komplexných služieb, ktoré slúžia na integráciu a vývoj. Táto platforma teda nie je vyvinutá aplikácia, ktorú môže zákazník používať, ide len o základ pre aplikáciu, ktorú môže firma sama vyvinúť. Príkladom takého systému je PaaS je Google App Engine.

Tretím systémom je **SaaS**, čiže software as a service. Je to v dnešnej dobe najrozšírenejšia metóda cloud systému. V tomto prípade podnik dostáva od dodávateľa software a za to platí pravidelne nájom. Podnik teda dostáva prístup k aplikácii, ale nevlastní licenciu k softvéru. Pripojenie je najčastejšie cez prehliadač alebo formou vzdialenej plochy. Software môže byť úplne jednoduchý, ale aj komplexnejší systém, ktorý riadi celú škálu podnikových procesov. Príkladom takej aplikácie je Google Apps, Microsoft Dynamic GP, alebo Office 365. (7)

1.4 Budovanie informačného systému

Keď budujeme informačný systém v podniku, tak je dôležité, aby sme mali najprv definovanú celopodnikovú a strategickú koncepciu firmy, bez toho sa nedá vytvoriť informačný systém podniku. Je potrebné špecifikovať problémy a otázky na základe analýzy firmy, ktorá má ukázať požiadavky a budúci stav, ktorý chce firma dosiahnuť. Podnik musí jasne určiť ciele a očakávania od systému a naplánovať projekt, ako dôjde k realizácii, a podľa akých kritérií nastane výber vhodného systému. Podnik musí tiež naplánovať ako nový systém bude fungovať a podľa akých kritérií bude merať efektívnosť systému. Keď podnik buduje informačný systém, tak berie do úvahy tieto kľúčové parametre:

Úroveň funkcionality- aké funkcie očakáva podnik od nového systému. Tento parameter veľmi ovplyvňuje veľkosť investície do systému. Vlastnosti, ktoré očakávame môžu byť buď detailnosť, keď systém by mal podporovať kľúčovú funkcionality podnikového procesu. Alebo keď od systému očakávame jednoduchosť a nenáročnosť, aby sme nejaké procesy štandardizovali.

Kvalita a modernosť systému- technologická vyspelosť môže tiež znamenať prekážku pri zavedení systému. Vývoj a inovácie v informačnom systéme sú veľmi dôležité parametre, s ktorými je dôležité počítať.

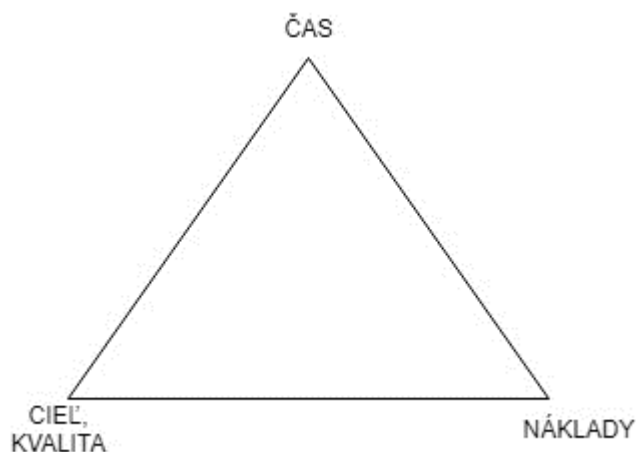
Náklady- výška nákladov na informačný systém by sa mala rovnať hodnote riešenia a implementácii týchto zmien v podniku. Samozrejme pri výbere vhodného systému by mal podnik zvažovať očakávané prínosy pre firmu a merať ich po zavedení systému.

Spôsob riadenia zmeny- je potrebné, aby firma zaistila plynulý prechod na nový systém. Pri zavedení nového systému je tiež dôležité, aby nový systém bol úspešne integrovaný do už existujúceho systému v podniku. A v neposlednom rade je potrebné oboznámiť pracovníkov s novým systémom, aby ho akceptovali a boli schopní s ním pracovať. (8)

1.5 Špecifikácia IT projektov

Keď hovoríme o IT projektoch, tak majú štyri charakteristické spoločné znaky:

Cieľ projektu je trojrozmerný- to znamená, že základné parametre projektu sú čas, náklady a ciele alebo kvalita. Tomu hovoríme trojimperatív projektu.



Obrázok č. 3: Trojrozmernosť projektu

(Zdroj: vlastná tvorba, (8))

Projekt má vždy jedinečnú skupinu ľudí, ktorí pracujú spolu. Projekt informačného systému môže byť neopakovateľný, alebo v niektorých prípadoch čiastočne opakovateľný. Projekty sú tiež časovo dané. Výnimku tvoria projekty s nepretržitými inováciami.

Projekty sú uskutočnené pomocou materiálových a ľudských zdrojov. Pre projekty sú vytvorené tímy, pre ktoré platí, že tím by mal dosiahnuť lepšie výsledky, než keby pracovníci tímu pracovali zvlášť.

Projekt firma realizuje pri bežnej prevádzke organizácie. To znamená, že ciele firmy by mali byť harmonizované s cieľmi projektu. Podľa týchto cieľov by mali byť určené priority a činnosti. (8)

Každý projekt má etapy, ktoré majú vlastné charakteristické znaky.

Prvá fáza je **voľba rozhodnutia**. V dnešnej dobe informačné systémy vo firmách rýchle sa vyvíjajú a to nesie sebou meniace požiadavky na systém. IT produkty sa dynamicky vyvíjajú a to môže vyvolať potrebu na zmenu vo firme. Keď firma uvažuje o zavedení informačného systému, je potrebné najprv uvažovať o tom, či firma potrebuje úplne nový informačný systém, alebo by stačilo už existujúci systém inovovať. Je veľmi dôležité preskúmať súčasný stav informačného systému, aby podnik vedel z akého stavu začína. V tejto fáze firma definuje očakávania a požiadavky na systém, ciele a aký prínos by znamenala inovácia pre podnik. Tiež v tejto fáze je špecifikovaný rozpočet. Podľa informácií, ktoré získa podnik počas tejto fázy, je schopný sa rozhodnúť, či ten projekt uskutoční.

Druhá etapa je **obstaranie systému a voľba partnera**. Výber správneho systému pre podnik je kľúčový. Zvolený systém by mal odpovedať požiadavkám, ktoré firma určila v prvej fáze. Taktiež je nesmierne dôležitý výber vhodného partnera, dodávateľa. V druhej etape firma preskúma trh potencionálnych dodávateľov a zistí ponuky jednotlivých firiem. Dôležitý aspekt je funkcionálnosť systému, aby podnik mal minimálnu zákazkovú úpravu, čo pre podnik by znamenalo náklady navyše a aj časovo by to bolo náročnejšie. Pri výbere dodávateľov firma môže používať výberové riadenie. Aby firma zistila jednotlivé možnosti, tak môže od dodávateľov požiadať o dodanie vypracovanej štúdie. Tiež podstatnú úlohu majú pri výbere dodávateľa aj referencie v odbore. Podnik vyberie vhodného dodávateľa na základe viacerých kritérií: ceny poskytovaných služieb a školení, údržba poskytovaná dodávateľom, atď. Je potrebné, aby firma tiež brala do úvahy návratnosť investícií, či zavedenie informačného systému je vôbec pre firmu prospešné. Na základe získaných údajov sa firma na konci tejto etapy rozhodne, ktorého dodávateľa si vyberie a uzavrie s ním zmluvu.

Tretia fáza je **implementácia systému**. V tejto fáze je systém prispôsobený požiadavkám podniku a je upravený a modifikovaný, aby splnil všetky predpoklady. Finančne najviac náročná časť tejto fázy je prispôsobenie systému. Počas implementácie systému je dôležitý časový a nákladový faktor, aby bol dodržaný časový harmonogram projektu a za presne dopredu určené náklady. Počas implementácie často môžu vzniknúť nadbytočné náklady a strata času kvôli chybám. Preto je nesmierne dôležitý správny výber implementačného tímu a organizovanosť celého procesu. Implementácia končí, keď je systém inštalovaný a zavedený do prevádzky.

Ďalšia etapa je **užívanie a údržba systému** v podniku. Je to vlastne prevádzka systému, s ktorým sa realizuje očakávaný prínos systému. Je dôležitý, aby systém fungoval bezchybne v plnej funkčnosti, preto je potrebná údržba systému a správne riadenie. Je možné uzavrieť zmluvu s dodávateľom o SLA, čiže service level agreement, ktorý zahŕňa podmienky o poskytovaní služieb. V tejto zmluve sú definované úrovne služieb, ktoré dodávateľ poskytuje podniku a pri poklese pod definovanú úroveň pre dodávateľa je určená sankcia kvôli nedodržaniu podmienok. Takto určené parametre môžu byť napríklad maximálna doba výpadku systému, alebo objem úkonu apod.

Posledná fáza pri zavedení systému je **rozvoj, inovácia systému** a odchod do dôchodku. V tejto fáze sú do systému integrované pre rozvoj funkcionality ďalšie aplikácie. Systém môžeme rozvíjať vertikálne alebo horizontálne. Pri vertikálnom rozvoji je systém zameraný na analytickú funkcionality a pri horizontálnom je dôležitá komunikácia s dodávateľmi a so zákazníkmi.

Životný cyklus informačného systému sa kvôli neustálym vývojom a inováciám skracuje a môže nastať aj pri rozpracovanom projekte, že je potrebné ho zmeniť a upraviť podľa nových trendov. Môže nastať aj taká situácia, že manažment podniku urobil chybu, alebo existujúci systém nepokrýva požiadavky podniku, v tom prípade firma musí projekt upraviť a dochádza k takzvanému **reengineeringu**. To znamená pre firmu vysoké náklady, ale je výhodnejšie, než pokračovať v projekte, ktorý by neznamenal pre firmu prínosy.

Pri IT projektoch tiež musíme brať do úvah ľudský faktor ako dôležitý bod. Pri projektoch ľudia v rôznych etapách majú rôzny vplyv na projekt, čo je možné zhrnúť v nasledujúcich bodoch:

- Voľba rozhodnutia- ovplyvňuje ju vlastník a manažment, ktorý sa rozhoduje o projekte
- Obstaranie a voľba dodávateľa- tiež manažment a vlastník, ktorí majú rozhodovacie slovo v spoločnosti. Konzultanti z dodávateľských firiem.
- Implementácia- Manažment z podniku a konzultanti od dodávateľa.
- Užívanie a údržba- Všetci pracovníci a manažment
- Rozvoj, inovácia- Manažment a dodávateľ

Ako môžeme vidieť počas projektu majú všetci pracovníci a aj dodávateľ kľúčovú úlohu, a znamenajú pre úspech kritický faktor. Pri implementácii informačného systému podnik vytvorí implementačný tím, ktorý má na starosť implementáciu systému. Okrem toho projekt tiež potrebuje podporu od vedenia, a to vo forme sledovania práce projektového tímu, stanovenie ich úloh a kontrola dosiahnutých výsledkov. Je veľmi dôležité, aby pracovníci mali vhodný prístup k vlastným úlohám a plnili ich v systéme. (8)

1.6 Mobilné platformy

Aplikácie, ktoré sa používajú v informačných technológiách, vznikajú z podnikových systémov, a využívajú software, hardware a orgware na získanie potrebných dát.

Android je platforma typu open-source. História spoločnosti a systému siaha do roku 2003, kedy bol Android Inc. založený. Firma začala vytvárať software pre mobily a kamery. Google v roku 2005 kúpil firmu. Prvý operačný systém Android vydali v roku 2007. Android systém je založený na systéme Linux. Licencia systému je Apache 2.0

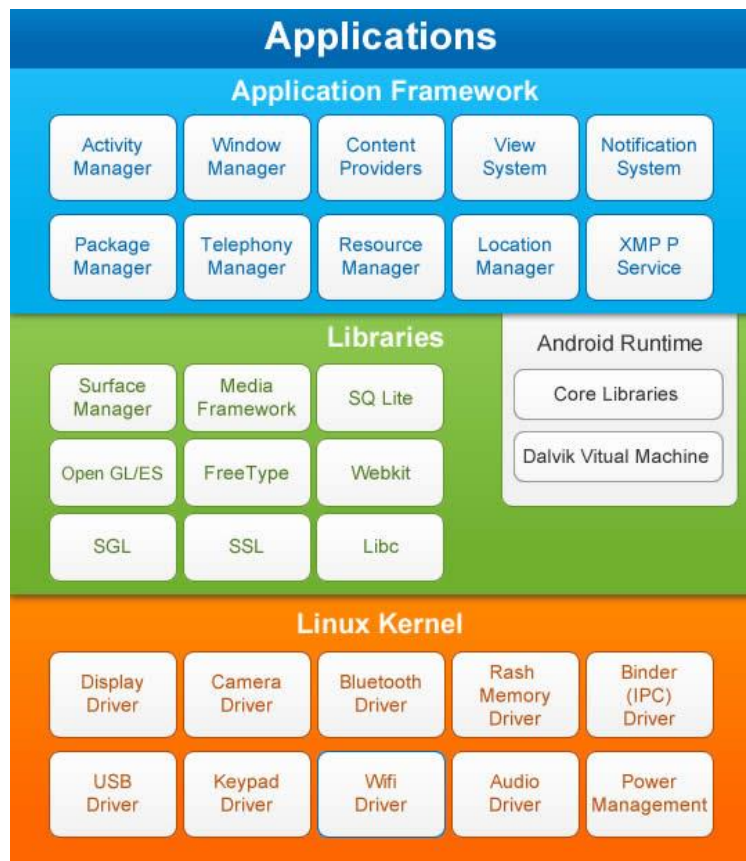
GNU GPL v2 pre modifikáciu linuxového jadra. Kód systému sa dá rozširovať, upravovať, editovať. Celý systém Android sa dá prispôsobovať podľa vlastných požiadaviek a potrieb. (10)

Vrstvy Android systému tvoria linuxové jadro, knižnice, android runtime, aplikačný rámec a aplikácie.

Vývoj aplikácií je možné pomocou jazyka Java a Android SDK. Potrebné prostredie, ktoré používajú na vývoj je Eclipse, a k tomu používajú Android Development Tools.

Vytvorené aplikácie je možné testovať na mobilnom telefóne, alebo je možnosť používať emulátor zariadení. (10)

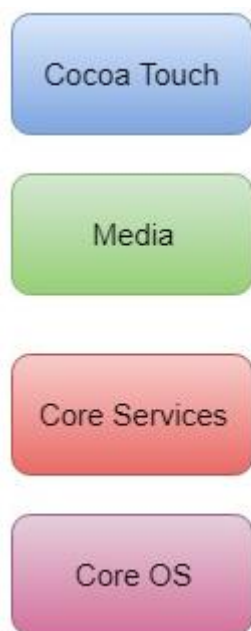
Architektúru systému predstavuje nasledujúci obrázok:



Obrázok č. 4: Architektúra Android systému

(Zdroj: www.developer.com)

iOS systém je operačný systém vytvorený firmou Apple. Systém bol pôvodne vytvorený len pre mobilné telefóny, no v súčasnej dobe sa používa aj na iPadoch a na televízoroch. Prvý operačný systém pre mobilné telefóny bol vytvorený v roku 2007. Architektúra systému je nasledujúca:



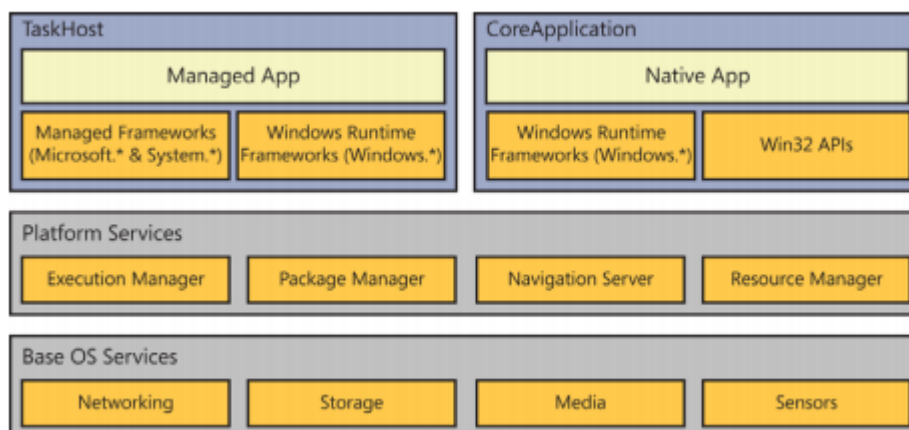
Obrázok č.5: Architektúra iOS

(Zdroj: vlastná tvorba podľa developer.apple.com)

Prvá je vrstva jadra, ktorá obsahuje len funkcie nízkoúrovňové, ktoré slúžia napríklad na bezpečnosť, alebo používanie externých hardvérov. Vrstva služieb obsahuje napríklad ochranu osobných údajov, alebo podporuje platby pomocou mobilných aplikácií, služby slúžiace na lokalizáciu a podporuje sociálne siete. Ďalšia vrstva je pre médiá, ktorá podporuje video, audio a grafické technológie. Cocoa Touch vrstva určuje vzhľad aplikácie a dotykové rozhranie.

Vývoj aplikácie je v jazyku C, a na vývoj je dostupný program iOS SDK od firmy Apple. (11)

Windows Phone je operačný systém vydaný spoločnosťou Microsoft. Prvýkrát sa dostal na trh v roku 2010. Pôvodný operačný systém sa nazýval Windows Mobile. V súčasnosti Windows Phone systémy sú dva: Windows Phone 7 a Windows Phone 8, ktoré nie sú kompatibilné a majú aj iné platformy. Keďže naša firma nemá v pláne podporovať systém Windows Phone, tak jeho architektúru ukážeme len v krátkosti. Windows Phone 8 má nasledujúcu architektúru:



Obrázok č. 6: Architektúra Windows Phone 8

(Zdroj: (12))

Prvá vrstva je základný operačný systém pre služby, potom je platforma pre služby. Posledné dve vrstvy sú TaskHost a CoreApplication.

Vývoj aplikácie sa používa v platforme Windows Phone 7.x je .NET Framework. Táto platforma poskytuje vývojárom všetky základné funkcie a služby na vývin Windows aplikácií.(12)

1.7 Analýza rizík

Riziko vyjadruje pravdepodobnosť, že nastane situácia, s ktorou súvisí strata alebo škoda. Keď analyzujeme riziká, tak zahrňamw do analýzy len také aktíva, u ktorých je hrozba, takže u nich môžeme počítať s rizikom. Keď riziko nepôsobí na aktívum, tak toto riziko tiež nemusíme analyzovať. Keď hovoríme o riziku, tak môžeme definovať **úroveň rizika**, čo je vlastne veľkosť rizika, keby sme proti tomu nezaviedli žiadne opatrenia. Znamená to úroveň hrozby a zraniteľnosť skúmanej aktívy. Aby sme riziko znižovali, zavedieme rôzne opatrenia. Pri rizikách môžeme ešte definovať takzvané **zvyškové riziko**, ktorá zostáva po tom, keď sme aplikovali nejakú odpoveď na riziko. Toto riziko je malé a je možné ho akceptovať. Keď skúmame riziká, tak môžeme určiť ich **referenčnú hodnotu**, či úroveň. Referenčná hodnota nám ukáže, či máme zaviesť nejaké opatrenia, alebo riziko je zvyškové a môžeme ho akceptovať. Pri analýze rizík by sme mali vysvetliť základné pojmy.

Aktívum znamená pre podnik hodnotu a podnik by mal nejakým spôsobom to chrániť. Môžeme aktíva rozdeliť na hmotné a nehmotné. Každá aktíva znamená pre firmu určitú cenu, význam. Je to vyjadrené pomocou hodnoty aktíva.

Hrozba je akákoľvek udalosť, ktorá môže mať vplyv na aktíva a narúša nedotknuteľnosť aktív. Tým spôsobuje stratu a nevýhodu. Udalosť môže mať úplne rôzny pôvod: môže to byť prírodná katastrofa, alebo škoda spôsobená človekom. Veľkosť hrozby môžeme určiť podľa nasledujúcich 3 otázok: Aké veľké nebezpečenstvo hrozba znamená, ako veľkú škodu to môže znamenať pre podnik? Aký prístup má hrozba k našim aktívam? Prečo iniciuje hrozbu pri aktívach, aký má na to dôvod? Podľa týchto otázok určujeme úroveň hrozby.

Zraniteľnosť je slabina, alebo slabá stránka aktívy, ktorá môže byť zneužitá hrozbou. Zraniteľnosť sa popisuje tiež ako účinkuje hrozba na aktívu.

Opatrenie je zabezpečenie aktív pred hrozbou, chráni aktíva, aby nedošlo k zraniteľnosti. Opatrenia môžeme vyjadriť dvoma faktormi: efektivitou a nákladmi. Náklady nám ukážu, že koľko musíme investovať do opatrení a efektivita ukáže, že zavedené opatrenie ako bolo účinné.

Ohrozenie je skutočnosť, ktorá nám popisuje, že existuje zraniteľnosť, ktorú je možné využiť, aby sa stala hrozbou.

Narušenie je situácia, kedy bezpečnostné opatrenia nie sú efektívne a dôjde k narušeniu integrity alebo dôvernosti. (13)

1.7.1 Procesy analýzy rizík

Aby podnik správne reagoval na riziká okolo firmy, tak najprv je potrebné analyzovať riziká, aby firma mohla zaviesť potrebné opatrenia. Riziká analyzujeme na základe viacerých aspektov. Je potrebné určiť hrozby a ich pravdepodobnosť, že nastanú, ďalej je potrebné poznať dopad uskutočnených hrozieb na aktíva. Pomocou analýzy vždy zmapujeme len pre firmu dôležité a podstatné riziká. S analýzou dostaneme súhrn podstatných rizík. Je dôležité, aby sme si zapamätali, že úplne eliminovať riziká sa nedá, len minimalizovať. Analýza rizík má nasledujúce etapy:

Zistenie aktív, ktoré sú v podniku. Keď sme zistili aktíva, tak je potreba zistiť hodnotu. Čo znamená pre firmu a aký účinok by mala na podnik strata aktívy, alebo zmena či chybovosť.

Zistenie hrozieb je ďalší krok pri analýze rizík. Je potrebné, aby firma dokázala zistiť a popísať všetky udalosti, ktoré môžu nastať a môžu ovplyvňovať aktíva.

Zistenie slabých strán podniku je dôležité, aby sme vedeli, že aktíva aké slabosti majú a z čoho môže vzniknúť hrozba a znamenať tak pre firmu riziko.

Určenie závažnosti hrozieb je podstatné, aby sme vedeli aký dopad môže mať na podnik. Miera zraniteľnosti tiež môže ukázať rozmer hrozby.

Podľa analýzy firma sa rozhodne s ktorými rizikami sa bude zaoberať a aké opatrenia zavedie na eliminovanie rizík. (14)

1.8 Zavedenie informačného systému v podniku

Keď hovoríme o zavedení informačného systému, tak je potrebné vysvetliť spôsob zavedenia informačného systému do podniku. Pri výmene starého systému, alebo zavedení nového systému je potrebné zvoliť vhodnú stratégiu, ktorá je ideálnym riešením pre podnik. Každá stratégia má svoje nevýhody a výhody a vlastné rizika. (15)

1.8.1 Súbežná stratégia

Pri súbežnej stratégii firma prevádzkuje aj nový aj starý informačný systém súčasne po istú dobu. Počas toho podnik zisťuje funkcie a fungovanie nového systému, prebieha preškolenie pracovníkov na nový systém, takže takto firma získa istotu, že nový systém je plne funkčný. Potom firma môže starý systém prestať používať. Táto stratégia znamená pre firmu bezpečnosť a istotu, keďže chyby a úvodné problémy s novým systémom sa dá riešiť bez toho, aby podnik mal kvôli tomu výpadky v produkcii. Samozrejme keďže oba systémy musia naraz fungovať je táto stratégia náročná na finančné a materiálne prostriedky a spôsobuje pre firmu veľa práce navyše.(15)

1.8.2 Pilotná stratégia

Táto stratégia je jedinečná v tom, že firma si vyberie jeden oddiel, kde bude skúšať nový informačný systém. Táto pobočka je skúšobná, ostatné oddiely používajú starý

system, kým firma sa zistí, či informačný systém funguje bezchybne. Takže zavedenie systému je postupné, kým celá firma začne používať nový systém. Táto stratégia je tiež náročná, pretože firma musí zabezpečiť vzájomnú spoluprácu oboch systémov, avšak stratégia znamená pre firmu určitú istotu. Pretože keď nový systém nebude fungovať podľa očakávaní, tak nespôsobuje výpadky v celej firme, ale len v jednej jednotke. (15)

1.8.3 Nárázová stratégia

Pri tejto stratégii dochádza k vypnutiu jedného systému jeden deň, a druhý deň sa používa už nový systém. Je to veľmi riziková stratégia, ale účinná a rýchla. Keď nový informačný systém nefunguje, tak to môže spôsobovať pre firmu obrovské škody. (15)

1.9 Modely na analýzu podniku

V ďalšej časti diplomovej práce ukážeme modely, ktoré používame na analýzu podniku.

1.9.1 SWOT analýza

SWOT analýza slúži na analýzu vonkajšieho a vnútorného prostredia podniku. Analýza skúma silné a slabé stránky spoločnosti, možnosti a hrozby z vonkajšieho prostredia podniku. Cieľom tejto analýzy je, aby firma zistila aké má silné stránky, aby to mohla využívať v budúcnosti. Zistenie slabých stránok môže firma používať, aby tie stránky sa snažila eliminovať, aby neznamenal riziko a ohrozenie v budúcnosti. Z vonkajšieho prostredia je dôležité, aby firma vedela o hrozbách a možnostiach a podľa toho vytvárala svoju firemnú stratégiu. SWOT analýza slúži ako súhrn informácií o stave podniku.

	STRENGTHS- Silné stránky	OPPORTUNITIES- Príležitosti
Prednosti	MOŽNOSTI Podmienky, s ktorými môžeme realizáciu cieľov podporiť	PRÍLEŽITOSTI Čo budeme zlepšovať, a z čoho dosiahneme realizáciu cieľov
	WEAKNESSES- Slabé stránky	THREATS-Hrozby
Nedostatky	RIZIKA Podmienky, ktoré dosiahnutie cieľov ohrozujú	HROZBY Nútia nás na realizáciu, nebezpečné možnosti
	Vnútorne	Vonkajšie

Obrázok č. 7: SWOT analýza

(Zdroj: vlastná tvorba podľa (16))

SWOT analýza začína identifikáciou zmien vo vnútornom a vonkajšom prostredí podniku. Na toto sa používajú už vytvorené analýzy firmy. Je potrebné, aby firma zistila hlavné trendy a zmeny okolo firmy. Podľa analýzy sa zisťujú silné a slabé stránky podniku a hrozby a príležitosti. Na vnútornú analýzu môžeme používať finančné analýzy podniku, alebo analýzu zdrojov či produktového portfólia. Na vonkajšiu analýzu prostredia firmy sa dá používať analýza konkurencie a okolia firmy. (16)

1.9.2 McKinseyho model 7S

McKinseyho model alebo model 7S je model na analýzu vnútorného prostredia firmy, pomocou ktorého je možné analyzovať organizačnú štruktúru firmy, strategické riadenie a ďalšie faktory. Analýza hodnotí kritické prvky firmy, ktoré sú kľúčové pre úspech. Časti, ktorých model analyzuje sú nasledujúce:

Stratégia je spôsob, ako podnik dosiahne svoje dopredu určené ciele. Podnik má dlhodobé ciele, ktoré popisujú budúci stav podniku, ktorý chce firma dosiahnuť. A práve v dosiahnutí tohto stavu je nástrojom stratégia podniku. Stratégia rozhoduje o činnostiach, s ktorými je ten stav dosiahnutý.

Štruktúra určuje rozdelenie činností vo firme a popisuje ako je firma organizovaná. Štruktúra nám ukáže vzťahy a role v podniku, hierarchiu. Štruktúra spoločnosti môže mať rôzne formy. Líniová, kde je jeden nadriadený a ostatní pracovníci sú na rovnakej úrovni. Funkcionálna štruktúra má viacero nadriadených a na špeciálne činnosti sú pracovníci určení a rozdelení. Líniovo štábná štruktúra kombinuje predošlých dvoch štruktúr. Štvrtý typ je divízný, v ktorom sú rozdelené divízie podľa zákazníkov, výroby, alebo podľa geografickej polohy. Posledný typ je maticový, ktorý kombinuje divízný a funkcionálny typ.

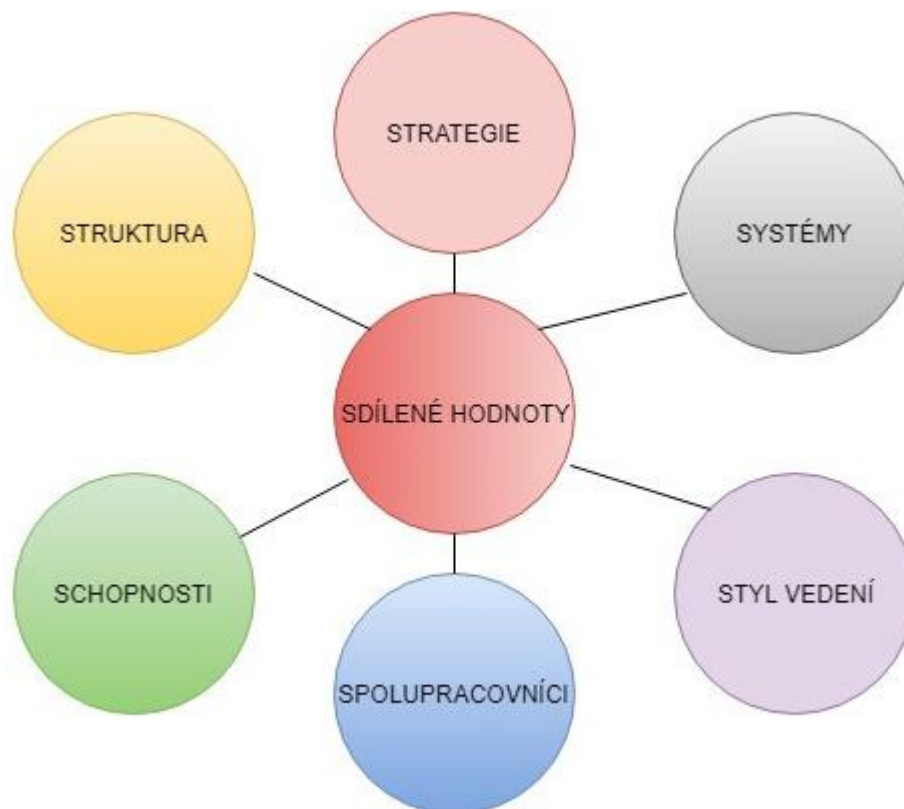
Systémy sú všetky nástroje, ktoré sú potrebné na riadenie podniku a slúžia na komunikáciu, alebo na predávanie informácii, na kontrolu procesov apod. Spolu tie nástroje tvoria systém, ktorý slúži na organizovanie a riadenie celého podniku.

Štýl riadenia je ďalšou časťou 7S analýzy. Je to spôsob komunikácie nadriadených a manažmentu s pracovníkmi. Môže mať viacero typov. Keď hovoríme o autokratickému typu vedenia, tak nadriadený má absolútnu kontrolu, a podriadení nemajú možnosť zdieľať návrhy a nápady. Demokratické vedenie dovolí zamestnancom zdieľať nápady, návrhy. Laissez-faire je najvoľnejší typ vedenia, kde zamestnanci dostanú voľnú ruku a môžu pracovať podľa vlastných schopností.

Spolupracovníci sú pracovníci vo firme, ich vzťahy a chovanie. Sem zaradíme aj charakteristiky, ktoré sa dajú kvantifikovať, ako napríklad spôsobilosť alebo motivácia pracovníkov. Sú aj niektoré charakteristiky, ktoré nie sú kvantifikovateľné, ako napríklad lojalnosť, alebo prístup, morálka.

Schopnosti sú dané vzdelaním všetkých pracovníkov vo firme a ich vzájomnou spolupracou. Je dôležité aj samostatné vzdelanie jedinca, ale o to dôležitejšia je tímová práca, ako sú jednotlivci schopní pracovať.

Zdieľané hodnoty sú dané vo firme, a akceptujú to pracovníci, dodržujú a chovajú sa podľa toho. Sú to základné pravidlá, zásady, podľa ktorých sa riadia pracovníci. (17)



Obrázok č. 8 :McKinseyho model

(Zdroj: vlastná tvorba podľa (17))

1.9.3 Porterov model

Porterov model sa používa na zistenie piatich konkurenčných síl spoločnosti, ktoré majú vplyv na pozíciu spoločnosti v odbore. Model najprv skúsi zisťovať hrozby okolo podniku, ktoré môžu uškodiť. Potom okrem hrozieb zisťuje aj príležitosti, ktoré spoločnosť má a môže použiť, aby eliminoval zistené hrozby a takto celkovo dochádza k dosiahnutiu výhodnejšej pozícii firmy. Porterov model profesor Molnár upravil na informačný systém, a s upraveným systémom sa zisťuje, že daná aplikácia informačného systému aký vplyv má na zistené hrozby. Či aplikácia je schopná danú hrozbu odstrániť, alebo akú úlohu hrá pri konkurencieschopnosti podniku, akú hodnotu znamená pre spoločnosť.

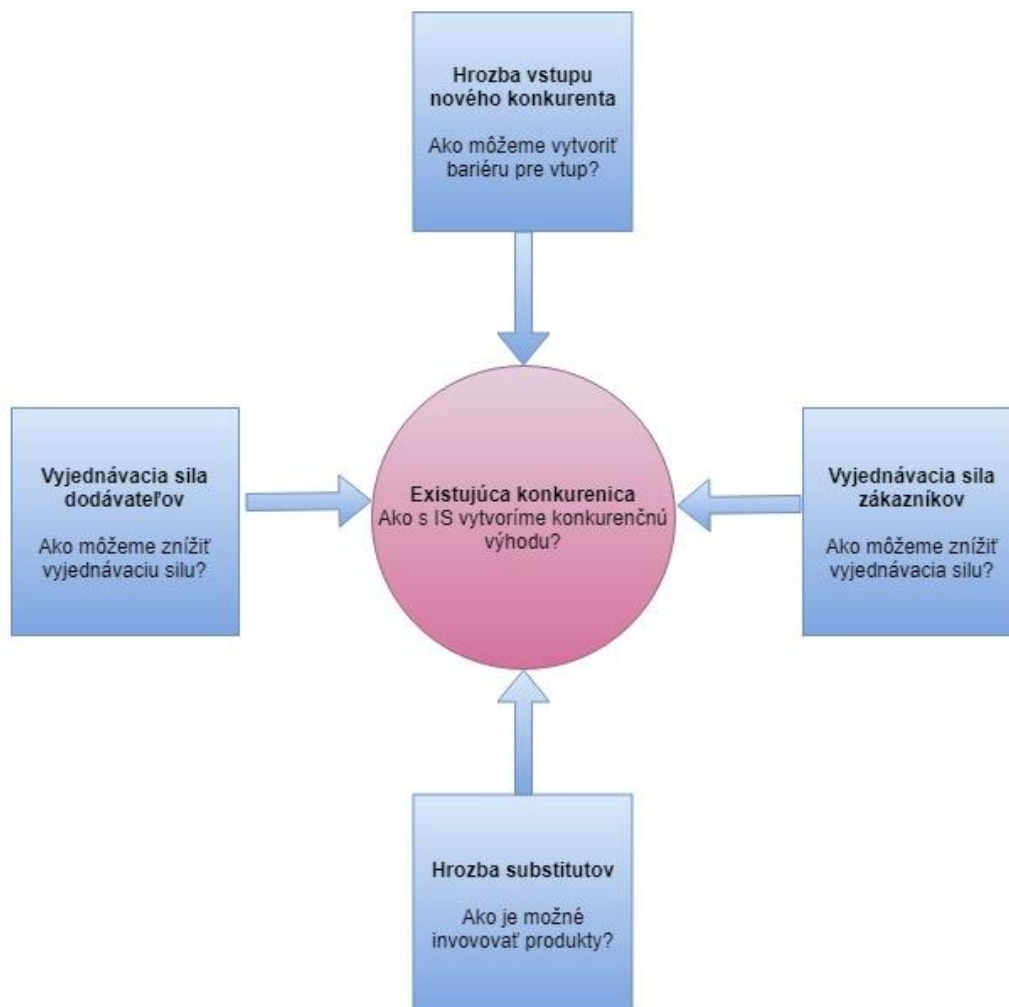
Hrozba existujúcich konkurentov je dôležitý faktor, pretože konkurenti, ktorí sú na trhu, môžu zmeniť stratégiu a tak konkurencia medzi firmami sa môže zvyšovať, alebo naopak firma môže získať väčší tržný podiel. Okrem toho je relevantný počet konkurentov na trh, veľkosť trhu a podobnosť produktov.

Hrozba nových konkurentov je minimalizovať so vstupnými bariérami na trh. Keď nový konkurent má ťažkú úlohu pri vstupe, tak je pravdepodobné, že nebude riskovať vstup a neúspech. Také bariéry môžu byť kapitálové požiadavky, legislatíva, úspor z rozsahu, rozdiely produktov.

Hrozba substitutov je ďalšia hrozba, ktorá okrem konkurencii podstatná. Keď na trh vstupuje produkt, ktorý môže vynahradiť náš, tak to znamená pre firmu veľké ohrozenie. Síce to nie je priamy konkurent, ale ten produkt má také vlastnosti, že funkciami nahradí náš produkt. Tým sa na trhu zvyšuje ponuku na trhu a keď substitut bude mať lepšiu cenu, tak zákazníci môžu uprednostňovať ten produkt.

Hrozba dodávateľov je v prípade, keď firma nemá veľa možností na výber medzi dodávateľmi. V takom prípade musí akceptovať ponuky dodávateľa a prispôbovať sa k tomu. Môže sa to nastať v situácii, keď pre dodávateľa ten podnik nie je dôležitý, alebo produkt od dodávateľa je jedinečný a podnik nemá možnosť inak to zabezpečiť.

Hrozba od zákazníkov je v ich vyjednávacíj sile vtedy, keď je zákazník pre podnik dôležitým odberateľom, a má možnosť si vybrať iného konkurenta, alebo nájsť vhodného substituta. Pre zákazníka keď produkt nie je výnimočný, alebo je zákazník citlivý na cenu, tak tiež je vo vyjednávacíj pozícii.



Obrázok č. 9 :Porterov model

(Zdroj: vlastná tvorba podľa (18))

1.9.4 McFarlanov model

McFarlanov model je založený na základe Bostonskej matici a udáva, že jednotlivé aplikácie, ktoré sú používané vo firme v informačnom systéme aký vplyv majú na podnik. Model skúma potrebu aplikácie, ich časovú náročnosť a aké prínosy to má pre spoločnosť. Pri napláňovaní informačného systému spoločnosť sa rozhoduje podľa časového rozloženia a naplánuje budúce investície. Okrem časového hľadiska je dôležitý pohľad akú rolu hrá aplikácia vo firme. Môže ísť o kľúčový proces, bez ktorého spoločnosť nemôže fungovať, alebo len o podpornú aplikáciu, ktorá len pomáha prácu zefektívniť, ale keď nefunguje, tak firma môže fungovať.

Aplikácie môžeme rozdeliť do štyroch skupín:

Podporné aplikácie

Tieto aplikácie podporujú kľúčové aplikácie, aby sa zvýšila ich výkonnosť a boli procesy efektívnejšie. Tým môže firma dosiahnuť zníženie nákladov. Podporné aplikácie nie sú základnou súčasťou informačného systému, takže spoločnosť si dokáže fungovať aj bez týchto aplikácií. Efektívnosť aplikácie je viditeľná už aj pri krátkodobom fungovaní systému a podporuje súčasné práce v podniku. Tieto aplikácie používajú napríklad na účtovníctvo v podniku.

Kľúčové aplikácie

Aplikácie, ktoré sú kľúčové pre podnik, sú nepostrádateľné pre fungovanie spoločnosti, bez toho informačný systém nemôže fungovať a podnikové procesy zastavia a firma skolabuje. Tieto aplikácie pre firmu sú podstatné a zvyšujú výkonnosť, napríklad systémy na riadenie spoločnosti.

Strategické aplikácie

Strategické aplikácie majú vzťah s dlhodobými cieľmi podniku. Aplikácie slúžia na rozvoj a vzrast podniku a z toho vychádza, že majú na dlhodobý časový rámec vplyv. Cieľ týchto aplikácií je dosiahnutie dlhodobých cieľov. Sem zaraďujeme systémy ako CRM, alebo ERP.

Potenciálne aplikácie

Sú to simulácie, alebo aplikácie na experimenty, ktoré netvoria základ podnikovej stratégie, ale slúžia na inovačné procesy. Hodnoty týchto aplikácií sú zistené len vtedy, keď získame výsledky z inovácií, keď sa dozvieme aké prínosy to má pre spoločnosť.

(19)

2. ANALÝZA

Druhá kapitola práce popisuje spoločnosť a ukáže súčasný stav informačného systému. Tiež zhrnieme poznatky o firme pomocou už predstavených analýz. Podrobne ukážeme aj firemnú stratégiu a čo spoločnosť od nového systému očakáva.

2.1 Základné údaje o spoločnosti

Obchodná firma: Westcom, s.r.o.

Dátum vzniku a zápisu:20.8.1998

Identifikačné číslo: 25536851

Sídlo: Hlinky 995/70, Staré Brno, 603 00 Brno

Právna forma:Spoločnosť s ručením obmedzením

Predmetpodnikania: Výroba, obchod a služby neuvedené v prílohách 1 až 3 živnostenského zákona

Jednatel: ONDŘEJ KRATĚNA

Prokúra: ONDŘEJ KRATĚNA

Spoločníci: Spoločník: VÍT VRBA

Podiel: Vklad: 5 000 000,- Kč

Splatené: 100%

Obchodní podiel: 100%

Druh podielu: základný



Obrázok č. 10: Logo spoločnosti

(Zdroj: Webnode.cz)

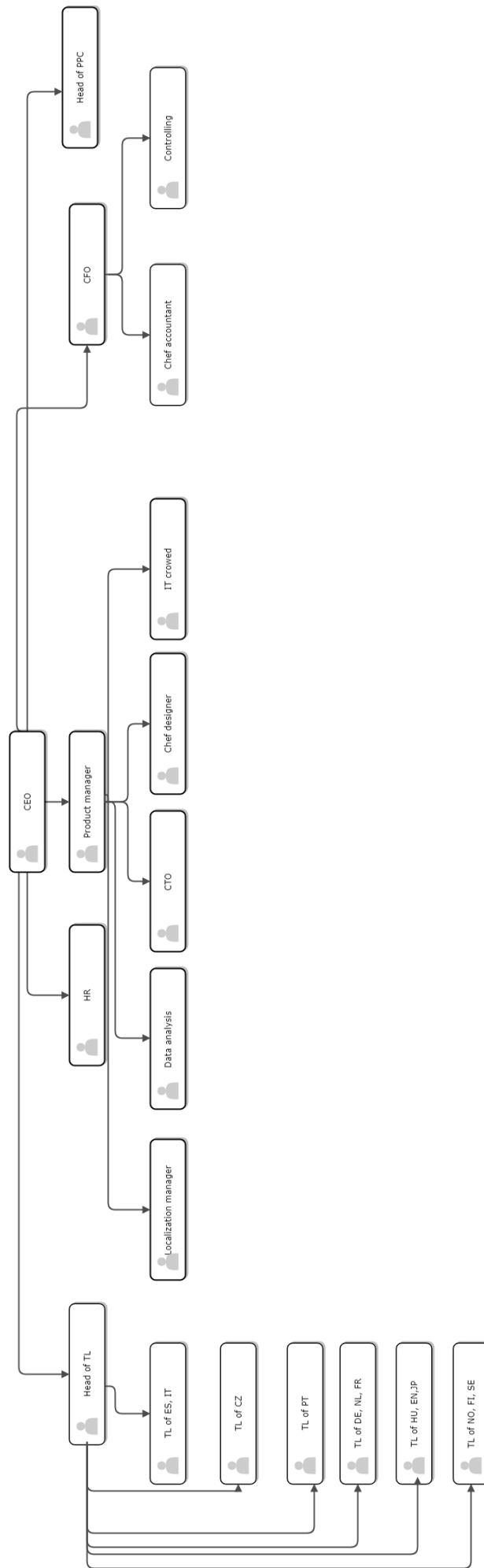
Firma Webnode poskytuje svojim zákazníkom online nástroj pre tvorbu webových stránok a eshopov. Firmu založil Vít Vrba v roku 1998 pod názvom Westcom Ltd. Systém Webnode, čo je nástroj na editáciu webových stránok, bola spustená v roku 2008 anglicky a česky. Vývoj systému trvalo 2 roky, kým sa konečná verzia bola hotová. V roku 2008 ešte vydali aj slovenskú verziu a to nasledovali aj ďalšie lokalizácie. Na koncom roka 2008 Webnode už mal 200 000 používateľov z Českej republiky, Brazílie a USA. V novembri tohto roku firma získala ocenenie na konferencii LeWeb v Paríži. Firma má sídlo v Brne, a v roku 2013 bola premenovaná z Westcom na Webnode s.r.o. a sa presťahovala na nové miesto, a aj odteraz má sídlo na ulici Hlinky 70. Spoločnosť v roku 2014 už mal viac ako 15 miliónov používateľov na celom svete vo viac ako 50 krajinách a v 26 lokalizáciách. Patrí medzi top 5 systémov na tvorbu webových stránok na celom svete a v roku 2016 už mal viac ako 22 miliónov používateľov. V januári 2016 spoločnosť získala nového generálneho riaditeľa Ondřeja Kratěnu. V tomto roku bola spustená nová verzia systému Webnode 2 s novým a modernejším editorom. V roku 2017 spoločnosť už mal celosvetovo 30 miliónov používateľov. Webnode má multikultúrne prostredie, v ktorom v súčasnosti pracuje 29 národností. Na začiatku firma mala len 7-10 ľudí, a v januári 2018 mala viac ako 100 členov tímu. (20)

Organizačná štruktúra spoločnosti sa člení na nasledujúce hlavné oblasti:

Generálny riaditeľ spoločnosti je Ondřej Kratěna. Finančné oddelenie má na starosti finančný riaditeľ spoločnosti. Zvlášť pod generálnym riaditeľom je HR oddelenie. Riaditeľ IT oddelenia má na starosti oddelenie pracujúcich na vývoji produktov, na lokalizácii produktu a IT podpore celej firmy. Oddelenie zákazníckej podpory má tímy rozdelené podľa podporovaných jazykov. Jednotlivé tímy majú vedúcich, ktorí sú zodpovední za fungovanie tímu. Nad vedúcimi tímov je jedna osoba, ktorá je zodpovedná za fungovanie celého oddelenia a komunikuje s riaditeľom. Firma má aj

marketingové oddelenie, vedúci marketingového oddelenia tiež komunikuje priamo s generálnym riaditeľom firmy.(20)

Firma ponúka svojim zákazníkom online nástroj, takže online služby na vytvorenie vlastných webových stránok alebo eshopov. Služba je model Freemium, čo znamená, že zákazníci majú možnosť využiť služby aj zadarmo, ale keď niekto chce vyššie funkcie, tak má možnosť nakúpiť si Prémiový balíček a doménu. Firma kladie veľký dôraz na zákaznícku podporu a je orientovaná na potreby zákazníka. Produkt neustále zlepšujú podľa spätných väzieb od zákazníkov. Nasledujúca strana ukáže detailne organizačnú štruktúru spoločnosti. (20)



2.1.1 Vízia a misia spoločnosti

Webnode má formulovaných viacero poslání. Jeden z nich je, že firma je silne zameraná na zákazníka. Webnode sa snaží poskytovať služby a komplexné riešenia potrieb zákazníkov. U spoločnosti je prioritou spolupráce na uspokojenie zákazníkov a to nie len v krátkodobom horizonte. Firma chce zákazníkov uspokojiť s kvalitou služieb, aby dlhodobo chceli využívať poskytované služby. Kľúčom je dlhodobá spolupráca, ktoré prinesie pre obe strany spokojnosť a úspech. Firma chce byť na viacerých trhoch úspešný, okrem toho na českom, slovenskom a maďarskom trhu lídrom. Chce na viacerých trhoch udržať a upevniť svoje miesto a tržný podiel. Okrem toho je pre firmu veľmi dôležitá spätná väzba a tým súvisí aj kontinuálna inovácia produktov. Podľa zákazníkov firma sa snaží neustále zlepšovať produkt a ponúkať vždy to, čo zákazníci potrebujú a očakávajú od firmy a produktu. (20)

Firma má určené základné hodnoty, ktoré sú nasledujúce:

Zákazník je na prvom mieste- takže firma sa sústreďuje na zákazníka a ich požiadavky. Hlavným cieľom je spokojnosť zákazníka, je to kľúčové pre úspech spoločnosti.

Všetko je založené na **jednoduchosti**. Firma sa snaží procesy, aplikácie, programy zjednodušiť a aj editor nasleduje túto myšlienku. Spoločnosť sa snaží ponúkať program, ktorý sa dá používať bez technických znalostí. Firma tvrdí, že najlepšie nápady a myšlienky sú tie, ktoré sú najjednoduchšie.

Spoločnosť sa snaží vytvárať ideálne prostredie pre pracovníkov, aby milovali svoju prácu. Firma chce dosiahnuť, aby pracovníci robili čo milujú, a milovali to, čo robia. A to nie len ako individuálny pracovník, ale ako súčasť tímu. Preto firma organizuje pre pracovníkov spoločné akcie, programy a to aj počas aj mimo pracovnej doby.

Firma chce, aby pracovníci boli energickí a tvrdo pracovali. Očakáva, aby boli flexibilní, proaktívni, nezávislí, aby vytvárali dobrý vzťah s kolegami, aj so zákazníkmi, aby rozmýšľali ako by sa dalo procesy a systémy sa zlepšiť, aby prišli s novými nápadmi.

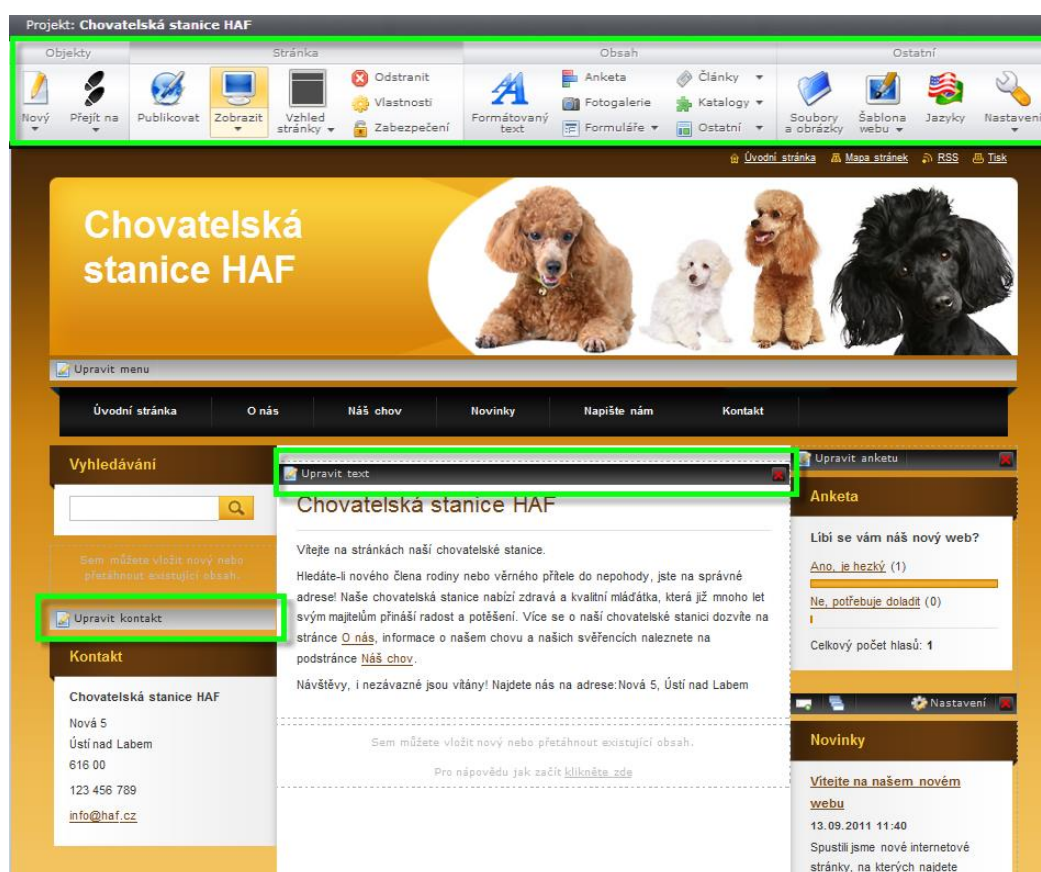
Spoločnosť tiež chce dosiahnuť, aby pracovníci boli nadšení a optimistickí, aby vytvárali pozitívnu atmosféru okolo seba, aby zahrnuli pozitivitu v tom, čo robia. (20)

2.1.2 Marketing mix spoločnosti

V tejto časti ukážeme ako vypadá marketing mix vo firme. Popíšeme podrobne produkt, ktorý ponúka spoločnosť, cenu a stratégiu vytvorenia ceny, aké typy propagácie používa a aké je miesto podnikania.

Produkt

Spoločnosť ponúka zákazníkom online editor na vytváranie webových stránok a webshopov. Je to aplikácia, ktorá je dostupná online cez webový prehliadač. Vytvorená webová stránka je dostupná verejne na internete. Firma v roku 2008 vydala svoj prvý editor, ktorý slúžil na vytvorenie webových stránok. Pôvodný editor mal hlavičku, kde sa nachádzala nástrojová lišta s tlačidlami, ktoré slúžia na editovanie stránok. (20)



Obrázok č.11:Starý editor

(Zdroj: webnode.cz)

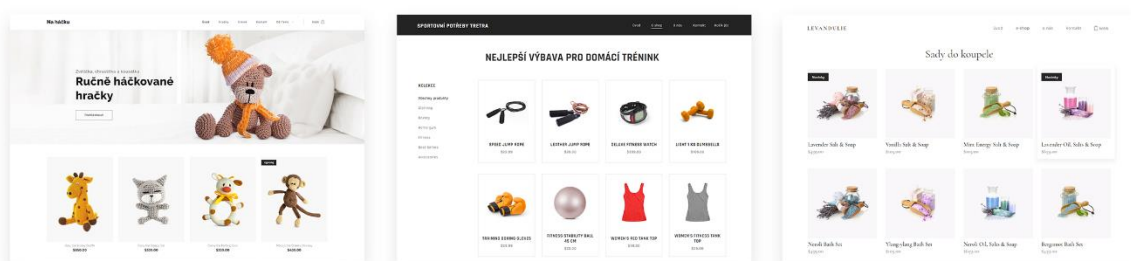
V roku 2016 firma vydala novú verziu editoru, ktorý ponúka oveľa modernejšie šablóny, a editácia webových stránok je ešte jednoduchšie. Šablóna už obsahuje základný text a obrázky, takže zákazník dostane nejaké nápady, podľa čoho môže upraviť to na vlastné potreby. Okrem webových stránok je možné vytvoriť aj webshop, ktorý obsahuje extra funkcie, ako napríklad košík, platobné metódy, doručovacie možnosti, atď. Firma sa snaží poskytovať s editorom všetky funkcie, ktoré zákazníci môžu potrebovať pri vytvorení webových stránok.



Obrázok č. 12: Nový editor a šablóny

(Zdroj: webnode.cz)

Spoločnosť ponúka použitie editoru vo viacerých jazykoch, editor momentálne podporuje 25+ jazykov. Okrem webových stránok je tiež možné si u Webnode zakúpiť vlastnú doménu, ktorá môže ukazovať na vytvorený web. Keď niekto používa editor zadarmo, tak webová stránka dostane názov pomocou subdomény webnode, takže napríklad test.webnode.cz. (20)



Obrázok č. 13: Nový webshop

(Zdroj: webnode.cz)

Cena

Firma ponúka vytvorenie webových stránok aj zadarmo, ale ponúka možnosť zakúpenia si prémiových služieb, ktoré obsahujú rôzne možnosti, napríklad vytvoriť viacjazyčnú stránku, e-mailové schránky, vlastná doména, zálohovanie dát, formuláre, štatistiky, atď. Predplatenie balíčka je možné minimálne na rok. Pri zakúpení balíčka na viac rokov, firma ponúka zľavy (2 roky -20%, 5 rokov- 40% a 10 rokov 50% zľava na balíček).


	PROFI	STANDARD	MINI	LIMITED
	Balíček pro úspěšný profesionální web	Vyvážené služby pro internetové stránky	Vše co potřebujete pro osobní stránky	Základní balíček pro použití vlastní domény
	417 Kč /měsíc	249 Kč /měsíc	125 Kč /měsíc	75 Kč /měsíc
Doména ZDARMA	1 rok	1 rok	1 rok	Neobsahuje ?
Prostor na serveru	5 GB	2 GB	500 MB	100 MB
Přenos dat	Neomezeně	10 GB	3 GB	1 GB
Použití vlastní domény	✓	✓	✓	✓
Přednostní podpora	✓	✓	✓	✓
E-mailové schránky	100	20	1	
Formuláře	✓	✓	✓	
Statistiky návštěvnosti	✓	✓	✓	
Video na pozadí stránek	✓	✓	✓	
Bez reklamy Webnode	✓	✓		
Google Analytics	✓	✓		
Registrace uživatelů	Neomezeně	100 uživatelů		
Jazykové verze webu	Neomezeně	2 jazyky		
Zálohování webu	Neomezeně	5 záloh		

Obrázok č. 14: Cena balíčkov u webových strán

(Zdroj: webnode.cz)

Doménu firma ponúka zadarmo na jeden rok k balíčku, potom je potrebné to zvlášť predĺžiť. Domény je tiež možné si zakúpiť na viac rokov, kde zákazník dostáva zľavy. (2 roky -5%, 5 rokov- 10% a 10 rokov 20% zľava). Firma ponúka viac platobných metód- bank transfer, PayPal, platba kartou, atď. Firma ponúka pri online platbe možnosť použitia automatického predplatného.

Pri webshopoch je cena trošku vyššia, keďže webshop obsahuje viac ponúkaných služieb a ich zabezpečenie je náročnejšia úloha pre firmu, než prevádzkovanie jednoduchšej webovej stránky. Tu firma okrem základných funkcií ešte navyše zabezpečuje fungovanie košíku, pridanie a editovanie produktov, editovanie platobných metód vrátane platenie kartou, doručovacie metódy, sledovanie zásielky a synchronizácia s nákupnými portálmi a zrovnávačmi cien. (20)

	 PROFI Balíček pro úspěšný internetový obchod 417 Kč /měsíc	STANDARD Vyvážené služby pro začínající firmu 249 Kč /měsíc
Doména ZDARMA	1 rok	1 rok
Internetový obchod	✓	✓
Prostor na serveru	5 GB	2 GB
Přenos dat	Neomezeně	10 GB
Použití vlastní domény	✓	✓
Přednostní podpora	✓	✓
E-mailové schránky	100	20
Formuláře	✓	✓
Statistiky návštěvnosti	✓	✓
Video na pozadí stránek	✓	✓
Bez reklamy Webnode	✓	✓
Google Analytics	✓	✓
Registrace uživatelů	Neomezeně	100 uživatelů
Jazykové verze webu	Neomezeně	2 jazyky
Zálohování webu	Neomezeně	5 záloh

Obrázok č. 15: Cena balíčkov u webshopov

(Zdroj: webnode.cz)

Propagácia

Keďže firma ponúka online produkt, tak sa snaží byť prítomná na každom online kanáli. Propagácia firmy sa prebieha na viacerých kanáloch. Firma používa na propagáciu služby Google Adwords, kde inzeruje na viacero kľúčových slov ohľadne produktu. Google Adwords kampane sú veľmi dôležité kampane pre spoločnosť, nie len aby získali nových klientov, ale aj na rozšírenie značky spoločnosti. Okrem toho firma používa v Česku aj kampane na Seznam.cz, takže služby Sklik. Spoločnosť má aktívny účet na Twitteru, kde hlavne zdieľa pracovné ponuky. To isté platí aj pre LinkedIn. Každá oblasť má vytvorenú vlastnú stránku na Facebooku, kde pracovníci zdieľajú informácie ohľadne produktu v podporovanom jazyku. Propagácia je tiež prítomná na kanále YouTube, kde má firma náučné videa o tom, ako je možné vytvoriť webovú stránku za pár minút. Okrem toho firma pracuje na PR činnosti, ako napríklad recenzie od technických magazínov o editoru, alebo recenzie od zákazníkov na online povrchu. Firma minulý rok pustila krátky kampaň na ČT šport, kde ukázala editor a šablóny, aby bola značka viac známa. (20)

Miesto

Keďže hovoríme o online produkte, tak je zrejmé, že produkt je dostupný online, na internete. Zákazníci majú možnosť editovať svoju webovú stránku cez prehliadače ako Google Chrome, Mozilla Firefox, Microsoft Edge, Opera, atď. Firma chce do budúcnosti zaviesť možnosť editovania webových stránok cez mobilnú aplikáciu, čo zatiaľ nie je možné. Keďže v dnešnej dobe zákazníci čoraz viac používajú mobilné telefóny, tak táto inovácia je nepostrádateľná do budúcnosti. Webnode má v súčasnosti viac ako 30 miliónov užívateľov z celého sveta, je prítomný napríklad v nasledujúcich krajinách: Slovensko, Česko, Maďarsko, Nemecko, Francúzsko, Holandsko, Švédsko, Fínsko, Dánsko, Nórsko, Portugalsko, Grécko, Španielsko, Taliansko, Japonsko, UK, USA, Brazília, Peru, Japonsko, Rusko, atď. (20)



Obrázok č. 16: Webnode v číslech

(Zdroj: webnode.cz)

2.2 Analýza súčasného stavu

V súčasnosti firma má 98 zamestnancov, z toho 28 pracuje na vývoji a designu editoru, ostatní pracovníci pracujú v oblasti zákaznickej podpory a marketingu. Firma sám vyvíja editor, ktorý ponúka zákazníkom. Vývoj a design produktu je úloha vývojárov, ktorí vždy majú určené projekty a tímy, ktoré na projekte pracujú. Jednotlivé úlohy sú rozdelení podľa schopnosti a skúsenosti členov tímu. Keď vo firme prebieha viac projektov, tak vždycky je určená poradie a dôležitosť projektov. Vývojári pracujú na nových funkcií, takže inovácii v produkte, taktiež na oprave a vylepšenie už existujúcich funkcií. Návrhári pracujú na nových šablónach podľa požiadavku a trendu. Zákaznícka podpora je priamo v kontakte so zákazníkmi, hlavne elektronicky- pomocou emailu, ale aj chat je dostupný pre zákazníkom, a môžu kontaktovať podporu aj na telefóne. Zákaznícka podpora komunikuje s vývojármi cez vedúceho tímu, ktorí pozbiera nápady, sťažnosti a prediskutuje s vedúcim vývojárov. Kritické chyby sa snaží firma opraviť vždycky čo najrýchlejšie.

Keď niekto vytvorí projekt, tak sa zaregistruje na stránkach, a tieto údaje pracovníci vidia vo vlastnom systéme, ktorý ukazuje údaje o zákazníkovi a aj vytvorený projekt, ktorý môžu otvoriť a tiež aj editovať. Tento vlastný systém dáva pracovníkom plný prístup k webovej stránke a údajom. Je možné vidieť aj objednávky v systéme, všetko je dostupné na jednom mieste.

Zákazníci keď kontaktujú podporu, tak e-mail podpora dostane cez systém Kayako, ktorý je ale pripojený k vlastnému systému, takže zo systému Kayako je možné s adresou zákazníka otvoriť údaje a kontrolovať stránku.

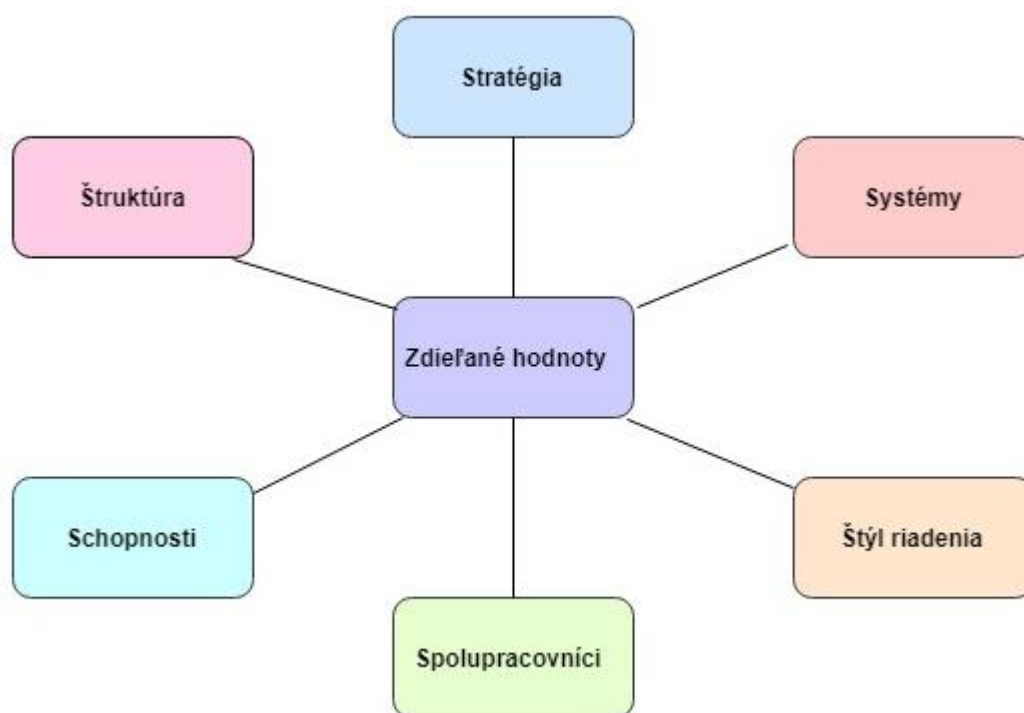
Komunikácia medzi pracovníkmi sa odohráva cez Skype a Microsoft Outlook, kde dostávajú firemné emaily. Okrem toho ešte existuje aplikácia, ktorá slúži na spoločnú komunikáciu. Je to skôr priestor na vytváranie, organizovanie a diskutovanie tímovej práce.

2.3 Analýza spoločnosti

V tejto časti diplomovej práce analyzujeme spoločnosť Webnode podľa rôznych analytických metód, ako 7S analýza, SLEPT analýza, Porterov model, McFarlanov model a SWOT analýza. Pomocou týchto analýz chceme zistiť súčasný stav firmy, ako fungujú vnútorné procesy, aké aplikácie môžeme nájsť vo firme a ako fungujú systémové procesy. Zisťujeme aj hierarchiu v podniku a podľa zistení zhrnieme naše zistenia.

2.3.1 7S analýza

McKinseyho model 7 S slúži na analýzu a hodnotenie kritických faktorov pri realizácii podnikovej stratégie. Jednotlivé faktory majú na sebe navzájom vplyv a jednotlivé faktory sú neobytné pre úspech spoločnosti. Model 7 S môžu používať aj malé aj veľké firmy a je vhodné používať pri akomkoľvek zmene v spoločnosti, to znamená že pri zavedení nových procesov, ale aj pri organizačných zmien.



Obrázok č. 17:McKinseyho model 7S

(Zdroj: vlastná tvorba)

Stratégia

Stratégia firmy je spôsob, ako firma uspokojuje potreby zákazníkov a ako zvládne vysporiadať s konkurenciou aby firma bola úspešná a tvorila zisk. Podnik vždycky zvolí takú stratégiu, aby dosiahli určené ciele spoločnosti a aby uspokojili očakávania zákazníkov.

Štruktúra

Štruktúra spoločnosti je nasledujúce: Hlavný vedúci spoločnosti je CEO. Pod jeho vedením patria vedúci technického oddelenia- CTO a vedúci finančného oddelenia- CFO. Okrem toho firma má HR oddelenie, ktoré tiež patrí pod vedením CEO. Okrem finančného a technického oddelenia má spoločnosť ešte 2 oddelenia: marketing a zákaznícka podpora. Tieto oddelenia majú zvlášť vedúcich, ktorí patria priamo pod vedením CEO. Vo firme je okolo 90 zamestnancov. Niektorí pracujú externe, ale väčšina zamestnancov je vo firme každý deň a pracujú v tímoch. Za každý tím je zodpovedný jedna osoba, vedúci tímu, ktorý predáva svoje poznatky vedúcemu oddelenia.

Spolupracovníci

Spoločnosť pre svojich zamestnancov zaisťuje rôzne benefity a kurzy, ktoré môžu využívať. Firma poskytuje svojim zamestnancov jazykové kurzy zadarmo v spoločnosti, a prispieva na kurzy, ktoré zamestnanec si vyberie mimo spoločnosť. Okrem toho prispieva na športové činnosti, ponúka výhodnú mobilnú tarifu a bankový účet. Každý zamestnanec mimo skúšobného obdobia má právo na motivačný bonus. Firma pri výbere špecialistov uprednostňuje interné výberové konanie a poskytuje svojim zamestnancom vhodné školenia na danú pozíciu.

Systémy

Informačné systémy používané v spoločnosti sú rôznorodé. Firma jednak používa vlastné programy, ktoré vytvorili vývojári, ale okrem toho používajú aj rôzne softwary a programy buď online alebo nainštalované na počítači. Firma používa na každodennú komunikáciu program Skype, na každom počítači je Microsoft Office. Firma pre marketingové účely používa Google Adwords a Sklik. Zákaznícka podpora používa rôzne programy od ONLIO a.s., od koho má firma aj vlastnú spoločnú komunikačnú platformu, kde tiež ukladajú všetky dôležité informácie.

Štýl riadenia

V spoločnosti je hierarchia, ale každý pracovník je zodpovedný za svoju prácu. Pracovníci sú rozdelení do tímu, a ich činnosť má na starosti vedúci tímu. Vedúci za určité obdobie dáva spätnú väzbu. Okrem toho kvalita práci pracovníkov sú kontrolovaní jednou za čas zamestnancami, ktorí majú na starosť kontrolovať kvality práce. Zamestnanci svoje nápady a námietky môžu kedykoľvek povedať vedúcemu, ktorý to môže predať ďalej, takže tento typ vedenia sa považuje za demokratický.

Zdieľané hodnoty

K zdieľaným hodnotám zahrňujeme kultúru spoločnosti a etiketu. Takto podnik definuje svoje hodnoty a víziu. Firma považuje jednoduchosť za najpodstatnejšiu vec, čo sa snaží aplikovať v procesoch ale aj pri vytváraní aplikácie pre zákazníkov. Spoločnosť chce zákazníkom poskytovať nástroj, ktorý je veľmi jednoduchý na používanie. Okrem toho

pre firmu je veľmi dôležitý zákazník a spokojnosť zákazníka. Sa snažia všetko urobiť, aby bol zákazník spokojný. Preto sa snažia aplikovať individuálny prístup a pomoc pre každého.

Schopnosti

Medzi schopnosťami zaraďujeme návyky, schopnosti zamestnancov. Či sú zamestnanci dostatočne kvalifikovaní a majú očakávané zručnosti zamestnancov. Zamestnanci v spoločnosti majú rôzne úlohy a podľa toho musia splniť dané kritéria, aby dostali tú prácu. Napríklad vývojári musia poznať programovací jazyk, zákaznícka podpora musí ten daný jazyk ovládať, aby mohol pomáhať zákazníkovi. Takže firma zamestná len ľudí, ktorí tie zručnosti a schopnosti majú. Okrem toho zručnosti programu sa zamestnanci naučia počas školenia. Ohľadne novín vo firme vždy organizujú školenia, aby zamestnanci mali čo najaktuálnejšie znalosti ohľadne programu.

2.3.2 SLEPT analýza

Spoločnosť najprv budeme analyzovať pomocou metódy SLEPT (PEST). SLEPT analýza slúži na analýzu zmien v okolí firmy. Umožňuje nám vyhodnotiť stav firmy podľa vonkajších faktorov, ktoré majú vplyv na spoločnosť. Pomocou analýzy nekontrolujeme len súčasný stav, ale môžeme pozorovať, že v budúcnosti aký dopad by mal na firmu zmena v externých faktoroch. SLEPT analýza pozoruje nasledujúce faktory:

- Sociálne faktory
- Legislatívne faktory
- Ekonomické faktory
- Politické faktory
- Technologické faktory

S	L	E	P	T
Sociálne	Legislatívne	Ekonomické	Politické	Technické
Demografické faktory	Zákonné normy	Makroekonomická situácia	Politická stabilita	Výskumy, vynálezy
Sociálnokultúrne aspekty	Autorská práva	Daňové faktory	Politickoekonomické faktory	Nové technológie
Trh práce, dostupnosť pracovnej sily	Minimálna mzda	Prístup k finančným zdrojom	Medzinárodné vzťahy	Morálne zastaranie

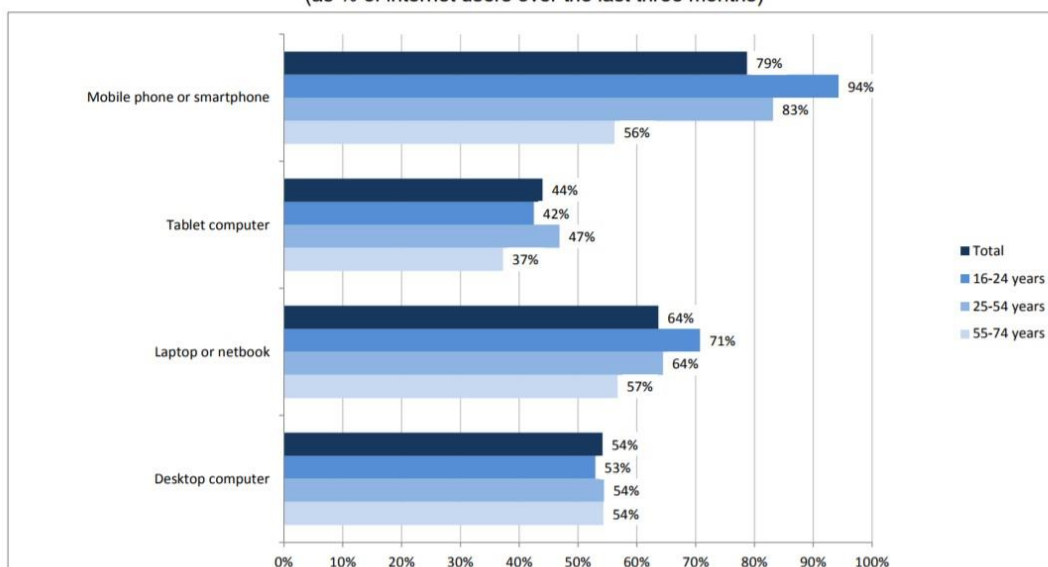
Tabuľka č. 1:SLEPT faktory

(Zdroj: vlastná tvorba)

Sociálne faktory

Medzi sociálne faktory patria demografické charakteristiky, ako napríklad geografické, etnické rozloženie, vek, pracovné preferencie, ale aj sociálne kultúrne aspekty ako napríklad kultúrne tradície, zvyky, životná úroveň, atď. Okrem toho medzi sociálne faktory patria makroekonomické charakteristiky trhu práce a dostupnosť pracovnej sily. Keď si pozrieme štatistické údaje, tak môžeme vidieť, že používanie mobilu a tabletu sa zvyšuje oproti počítaču. Za rok 2016 v EU prehliadanie internetu cez mobily bol vyšší, než v laptopoch a počítačoch. Tieto údaje môžeme vidieť aj v nasledujúcich grafoch. Takže z toho môžeme pochopiť nutnosť firmy pre inováciu, pretože bez inovácie by mohli stratiť čoraz viac zákazníkov.

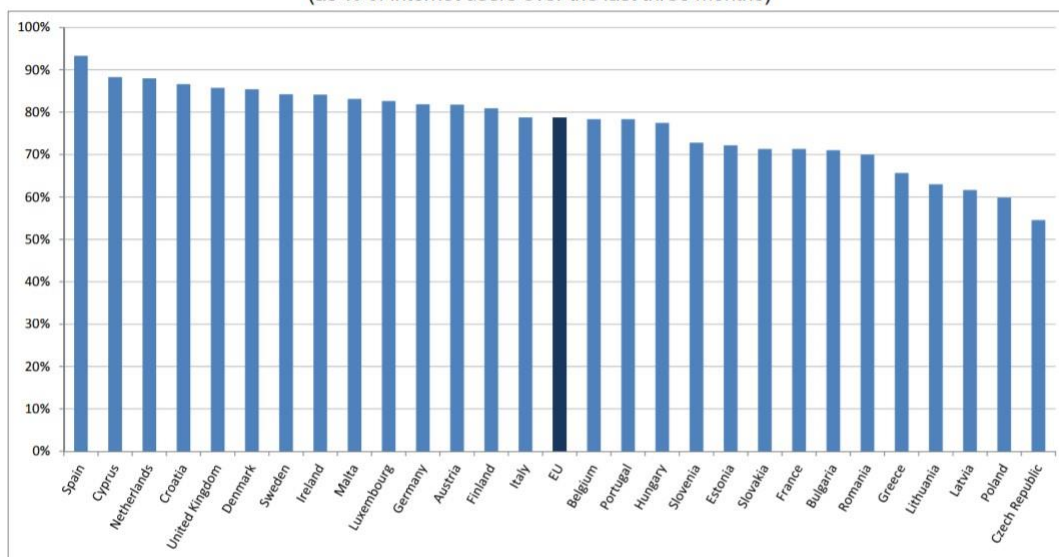
Main devices used in the EU to surf the internet, by age groups, 2016
(as % of internet users over the last three months)



Graf č. 1: Zariadenie na používanie internetu v roku 2016

(Zdroj: ec.europa.eu/eurostat)

Internet users having accessed the internet via a mobile phone or smartphone in the EU, 2016
(as % of internet users over the last three months)



Graf č. 2: Surfovanie na internetu v mobilu v roku 2016

(Zdroj: ec.europa.eu/eurostat)

Legislatívne faktory

Pre firmu pri vytvorení mobilnej aplikácie je potrebné, aby brali do úvahy zákony ohľadne tvorby softwaru. Podľa autorského zákona software je autorským dielom a jeho tvorba je podnikaním podľa autorského zákona. Predaj, prenájom a implementácia softwaru je podľa živnostenského zákona živnosťou.

Ekonomické faktory

Ekonomické faktory sú charakterizované stavom ekonomiky. Firma pri rozhodovaní musí brať do úvahy makroekonomických ukazovateľov a makroekonomické trendy, ktoré majú vplyv na spoločnosť. Napríklad miera inflácie, daňová politika, úroková miera tiež ovplyvňuje firmu pri rozhodovaní.

Politické faktory

Pri politických faktoroch je potrebné myslieť na vládnu politiku vo vzťahu k priemyslovej spolupráci, na formu a stabilitu vlády v danej krajine. Keďže firma je aktívna vo viacerých krajinách, je potrebné, aby sa vždy zistili legislatívne požiadavky a zákonné normy v danej krajine. Sem zaraďujeme daňové zákony, deregulačné opatrenia, obchodné právo.

Technologické faktory

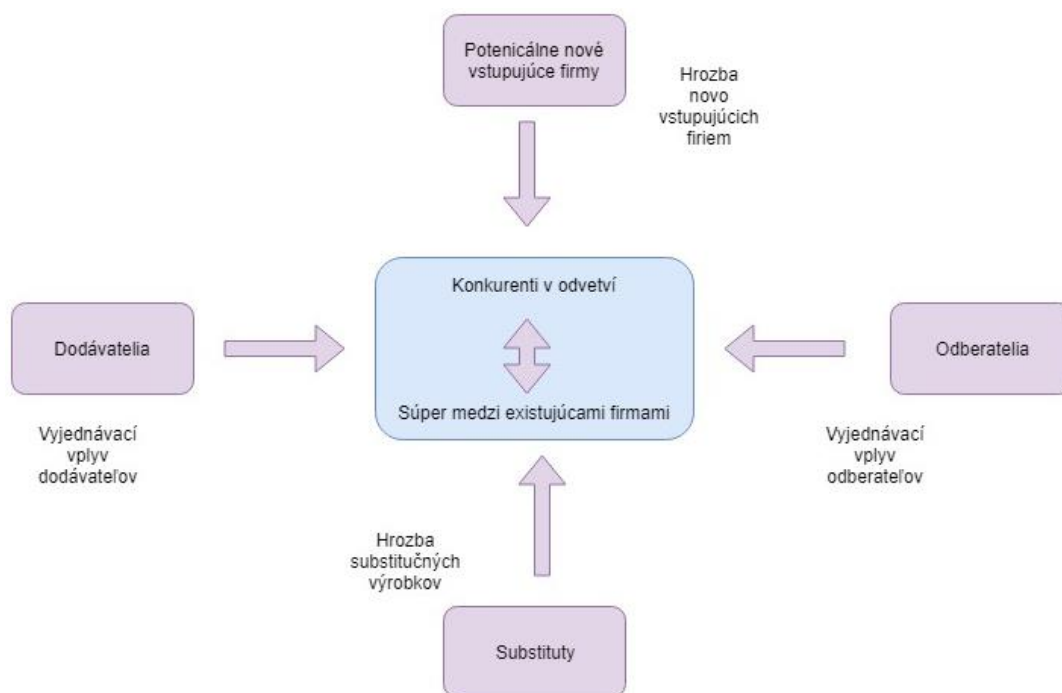
Keď hovoríme o technologických faktoroch, tak je potrebné zdôrazniť nutnosť firmy získať informácie o inováciách a technologických pokrokoch, aby mohla neustále pracovať na zlepšovaní produktov a výrobných technológií. Sem patria technologické rozvoje, vládne podpory technologického rozvoja, technologické inovácie. Firma pri zavedení nového produktu musí dobre naplánovať, že čo očakáva od produktu, takže aké vlastnosti by mal produkt mať a aké funkcie by mal poskytovať zákazníkovi. Okrem toho musí si vybrať či to sám vyvinie, alebo nájde firmu, ktorá to spraví na zákazku. Firma sa musí rozhodovať, že aké operačné systémy chce podporovať s aplikáciou: Android, iOS, Windows Phone.

2.3.3 Porterov model piatich síl

Porterov model patrí k najvýznamnejším nástrojom na analýzu konkurencie a konkurenčného prostredia spoločnosti a jej strategického riadenia. Porterov model slúži

na to, aby firma naša správne miesto, kde je schopný brániť konkurenčným silám, takže nájsť najvhodnejšiu pozíciu pre spoločnosť. Model skúma 5 základné oblasti:

- Riziko vstupu potenciálnych konkurentov
- Riziko medzi stávajúcimi konkurentmi
- Vyjednávací vplyv odberateľov
- Vyjednávací vplyv dodávateľov
- Hrozba substitučných výrobkov



Obrázok č. 18: Porterov model piatich síl

(Zdroj: vlastná tvorba)

Riziko vstupu potenciálnych konkurentov

Potenciálni konkurenti môžu vstúpiť kedykoľvek na trh a tým môžu už vybudovanú úspešnosť firmy pokaziť a ich výsledky na trhu zhoršiť. S novou konkurenciou aj ponúkaná cena môže zmeniť, a okrem toho firma musí viac investovať do toho, aby získal zákazníkov, takže do marketingových nástrojov. Je potrebné zisťovať, že pre novú firmu je ťažké alebo ľahké vstúpiť na trh, či existujú bariéry, aby na trh vstúpil. Okrem toho je veľmi dôležité zistiť objem trhu. Pri príchodu nových konkurentov na trh je dôležité, aby stará firma mala dobrú povesť a sa snažil podržať svojich starých zákazníkov.

Konkurencia v odvetví

U konkurencii je potrebné analyzovať konkurenčné tlaky na danom trhu, aký je konkurenčný boj. Okrem toho je dôležité zistiť, kto je na trhu dominantný konkurent, a koľko bude stáť pre firmu, aby svoje produkty mohol propagovať zákazníkom, aby zákazníci sa dozvedeli o firme a o produkte.

Keďže firma je prítomná na viacerých trhoch, tak konkurencia je na každom trhu iná. Budeme analyzovať český trh, pretože firma je najdlhšie prítomná na českom trhu a všetky novinky a inovácie najprv zavedie na český trh.

WIX.com je celosvetovo známa firma, ktorá ponúka tiež editáciu webových stránok, a od roku 2017 majú aj českú verziu editora. Ich editor tiež ponúka online editáciu, takže nie je potreba stiahnuť žiadny program. Firma tiež používa business model takzvaný freemium, rovnako ako Webnode, to znamená, že existuje verzia zdarma, ale keď zákazník potrebuje, tak môže prikúpiť balíček s prémiovými službami, s doménou. Wix poskytuje svojim zákazníkom mobilnú aplikáciu na editáciu webových stránok. S aplikáciou je možné dostávať pripomienky, keď niekto pozrel tvoj web, alebo napísal komentár. Zákazník môže na to pomocou aplikácie odpovedať. Okrem toho je možné pridávať nové blogové príspevky, články, atď. Aplikácia je to dostupná na Google Play a App Store.

Druhý celosvetovo známy konkurent je firma Weebly. Weebly tiež ponúka svojim zákazníkom mobilnú aplikáciu, ktorá je taktiež na Android a iOS systémy. S aplikáciou môžu zákazníci štatistiky pozrieť, editovať stránku, pracovať offline, písať články, atď.

Český najväčší konkurent je zatiaľ Shoptet, ktorá je špecialista na eshopy. Firma ponúka nástroj na vytvorenie eshopu. Firma ale zatiaľ neposkytuje svojim zákazníkom mobilnú aplikáciu.

Vyjednávací sila odberateľov

Odberatelia, čiže zákazníci majú vplyv na cenovú politiku firmy. Keď je vyjednávací sila veľká, zákazníci môžu požadovať nižšiu cenu a kvalitu naopak vyššiu, pretože majú veľký výber pri veľkej konkurencii, alebo práve trh je veľmi malý. Keď je vyjednávací sila malá, tak zákazníci nemajú vplyv na ceny, firma môže ceny zvyšovať, a takto firma môže dosahovať vyšší zisk. V našom prípade je konkurencia na trhu prítomná, takže

firma nemôže diktovať cenu a musí brať do úvahy pri určení ceny aj konkurenciu a ich ponuky.

Vyjednávacia sila dodávateľov

Keď hovoríme o vyjednávacej sile dodávateľov, tak máme na mysli hrozbu, ktorá môže spôsobovať, že dodávatelia začnú zvyšovať ceny alebo znižovať kvalitu, a takto firma dostáva horší produkt, alebo ten samý produkt za vyššiu cenu. Takto firma môže stratiť zo svojich ziskov. Na druhej strane keď je dodávateľova vyjednávacia sila slabá, tak dodávatelia znižujú ceny a odberatelia môžu požadovať vyššiu kvalitu. Webnode vlastný program vytvára, takže nie je v tom závislý na dodávateľov. V prípade, že pri nového programu tiež zvolia variantu vlastnej výroby, tak nemusia počítať s hrozbami, pretože nezávisí ich práca od dodávateľov. Ale v prípade, že budú aplikáciu od inej firmy objednávať, tak potrebujú porovnať ceny a služby na trhu, aby mohli vybrať tú najlepšiu variantu.

Substitúcia produktov

Substitút je produkt, ktorý môže nahradiť ponúkaný výrobok od firmy, takže zákazníkovi uspokojí potreby. Hrozbu znamenajú pre firmu väčšinou vtedy, keď cena je nižšia, než cena produktu ponúkaná firmou, a tak firma môže stratiť zákazníkov. V prípade Webnode substitút je služba ponúkaná firmami, ktoré ponúkajú prípravu webových stránok na zákazku. Čiže vo výsledku zákazník tiež bude mať webovú stránku, len si to nepripravil sám, ale podľa jeho očakávania vytvorila to firma. Tieto firmy porovnané cenovo sú ďaleko drahší, než služby ponúkané firmou Webnode.

2.3.4 McFarlanov model

Tento model popisuje jednotlivé aplikácie používané v spoločnosti a ich roli a dôležitosť.

Výsledok nám ukazuje nasledujúca tabuľka:

Strategická aplikácia	Potenciálna aplikácia
<ul style="list-style-type: none"> - IS pre projekty - IS pre vývoj editoru - Administrácia editoru 	<ul style="list-style-type: none"> - Vývojový software - Nová mobilná aplikácia
Kľúčová aplikácia	Podporná aplikácia
<ul style="list-style-type: none"> - Servery - Databáze - JIRA Service desk - MySQL, PHP 	<ul style="list-style-type: none"> - Microsoft Office - Skype - Confluence

Obrázok č. 19: McFaranov model u firmy

(Zdroj: vlastná tvorba)

Z tabuľky môžeme vidieť, že kľúčové aplikácie na fungovanie spoločnosti sú aplikácie, ktoré slúžia na riadenie činnosti spoločnosti. Servery a databáze dodávajú potrebné dáta a informácie, bez ktorých by firma nemohla pracovať. Programovacie jazyky ako PHP a HTML používajú na vytvorenie editoru. JIRA Service desk je používaný zákazníckou podporou, bez toho by nemohli plniť svoje funkcie a komunikovať so zákazníkmi.

Strategické aplikácie znamenajú v budúcnosti veľa pre podnik. Podporujú vývoj a dosiahnutie budúceho stavu, presne daných cieľov. Sem sme zahrnuli informačné systémy na projekty a vývoj editoru, a systém na administráciu editoru. Tieto systémy majú na starosti podporovanie projektových prác a analýzu systému.

Potenciálne aplikácie slúžia na budúci vývoj a inovácie. Firma plánuje do budúcnosti zaviesť novú aplikáciu na editovanie webových stránok.

Podporné aplikácie sú tie, ktoré len podporujú hlavnú činnosť, ale bez fungovania týchto aplikácií firma môže ďalej fungovať. Na každodennú komunikáciu firma používa

Skype a Microsoft Outlook. Okrem toho firma používa Confluence systém, ktorý slúži na zdieľanie informácií medzi sebou a ako vnútro firemná vedomostná základňa.

2.3.5 SWOT analýza

SWOT analýza je analýza, ktorá slúži na zistenie silných a slabých stránok podniku, kedy berieme aj do úvahy vonkajšie príležitosti a hrozby, ktoré majú na spoločnosť vplyv. Pri SWOT analýze skúmame 4 oblasti:

- Silné stránky (Strengths) – vnútorné vlastnosti organizácie, ktoré slúžia na to, aby podnik dosiahol svoje ciele
- Slabé stránky (Weaknesses) - vnútorné vlastnosti organizácie, ktoré majú opačný efekt, takže bránia k tomu, aby podnik dosiahol svoje ciele
- Príležitosti (Opportunities) – vonkajšie podmienky, ktoré znamenajú pre firmu príležitosti, s ktorými môže dosiahnuť svoje ciele
- Ohrozenia (Threats) – externé podmienky, ktoré bránia podniku, aby mohol dosiahnuť svoje ciele

Silné stránky

Odbornosť: Vo firme pracujú na každej pozícii odborníci, takže zamestnanci aby mohli vykonať tú prácu buď mali školenia, alebo ich zamestnali len v prípade, že dané programy už ovládajú a nepotrebujú školenia. U vývojárov je základná podmienka, aby znali programovacie jazyky. U marketingových špecialistov aby poznali programy, ktoré používajú, a keď to nepoznajú, tak dostanú na to školenie. Každý zamestnanec pri nástupu do firmy dostáva základné školenie o firme, o firemných procesoch, o štruktúre firmy. Zákaznícka podpora musí byť v tom jazyku, ktorý podporuje, rodený hovoriaci. Okrem toho každý zamestnanec absolvuje dvojtyždňové školenie. Takže všetci zamestnanci majú odborné znalosti a schopnosti, ktoré znamenajú pre firmu výhodu.

Malá firma: Vo firme je 90 zamestnancov, všetci na jednom mieste, takže riešenie problémov je jednoduché a dá sa o tom diskutovať veľmi rýchlo. Vo firme každý zamestnanec zná každého, vedia na koho sa majú obrátiť s daným problémom.

Riadenie a organizačná štruktúra: Firma má dobre rozdelené jednotlivé tímy, všetci vedia do akého tímu patria, a jednotlivé tímy majú presne určené svoje pravidla. Okrem toho každý tím má týždenne míting, kde preberú najdôležitejšie novinky a zamestnanci

majú možnosť na zdieľaní vlastných nápadov, problémov. Okrem toho každý týždeň majú posielat' vedúcim súhrn o týždni, kde tiež majú možnosť zhrnúť celý týždeň a nápady, problémy a pod. Okrem toho každý týždeň majú míting vedúcich tímov, kde môžu prebrať problémy. Takže problémy a nedorozumenia, ale aj nápady od zamestnancov sa môžu d' jednoducho aplikovať a prispieť k vyriešeniu alebo k realizácii.

Slabé stránky

Malá motivácia zamestnancov: Zamestnanci nemajú benefity, ktoré by dostávali za určitú kvantitu práce, naviac prácu vývojárov je ťažké naplánovať, aby sa snažili všetok pracovný čas využiť maximálne a dať svoj najlepší výkon. Takže je obťažné zistiť či pracujú a podávajú svoje najlepšie výkony.

Nová pracovná sila: Pri výbere nových zamestnancov musia splniť určité požiadavky, tak kým nájdú nových zamestnancov občas trvá dlho a firma musí zvládať aj okolnosti, kým jeden zamestnanec už opustil firmu, ale nenašli náhradu, alebo ešte sa len zaškoľuje a tak nie je tak efektívny ako starý zamestnanec. Pri rodených hovoriacich je ťažšie nájsť osoby s jazykmi ako japončina, španielčina, portugalčina a tak firma musí osloviť aj záujemcov z rodnej krajiny, čo je pre HR obťažnejšia úloha.

Multikultúrna: Keďže v spoločnosti pracujú ľudia rôznej národnosti, tak je úlohou HR a vedenia, aby zaistili priateľskú atmosféru vo firme, a aby nedošlo ku konfliktu. Vo firme pracujú zamestnanci zo škandinávskych zemí, z Južnej Ameriky, zo západnej Európy, z Japonska, takže musia zvládnuť vyhovieť každému a prípadné problémy a nedorozumenia aby zisťovali včas a vyriešili to čo najskôr.

Príležitosti

Známosť a dobrá povest': Keďže firma pôsobí už skoro 20 rokov na českom trhu, tak je známa a má aj dobrú povest'. Firma si za tie roky vybudovala dobrú povest' značky a má spokojnosť zákazníkov pomerne vysokú. Tým má firma oproti novým a neznámym konkurenčným firmám prednosť. Okrem toho dobrá povest' pomáha aj v prípade, keď niekto chce radu od známeho, tak môže odporučiť práve tú firmu, ktorú pozná a s ktorou je spokojný.

Marketing a PR: Firma zatiaľ používa na marketingové účely Pay per click advertising na internetu. Okrem toho by mali viac využívať iné kanály a viac investovať do PR, a tak by mohli získať aj iných zákazníkov, treba aj tí, ktorí aktívne na internete nevyhľadávajú, tak by s PPC firma nemala by možnosť získať ich pozornosť.

Rozšírenie ponuky a trhu: Keďže je to rýchlo vyvíjajúci systém, tak časom vždycky sú technické pokroky, ktoré umožnia technickej inovácie. Napríklad popularita chytrých telefónov a rozšírenie internetu v mobilu ukazuje na potrebu mobilnej aplikácie. Okrem toho s preložením editoru do rôznych jazykov je firma schopná vstúpiť na nový trh, kde nájde veľký potenciál.

Hrozby

Konkurencie a substituty: Keďže firma má silnú konkurenciu, tak pri určení ceny a poskytnutých služieb musia brať do úvahy aj ponuky konkurencie, a musia svoje portfólio upraviť podľa toho, aby ponuka konkurentov nebola výhodnejšia. Okrem toho, keď konkurenti ponúkajú zákazníkovi nejaké novinky, inovácie, tak firma sa musí snažiť tiež ponúknuť tú funkciu zákazníkovi, aby nebol v nevýhode.

Technická zastaranosť: Keďže internetové a online služby sa neustále vyvíjajú a tak vytvorený produkt môže za pár rokov pripadať zákazníkovi ako zastaralý a nemoderný. Napríklad šablóny pre webové stránky teraz vypadajú moderne, ale za pár rokov webové stránky budú mať iný vzhľad a šablóny budú zastarané. Okrem toho aj ponuka môže byť zastaraná, keď začali byť populárne domény .info, .eu, .com a keby firma to nenabrala do ponuky, tak môže stratiť zákazníkov.

Vládne a celosvetové opatrenia: Vonkajšie opatrenia a predpisy môžu firme spôsobovať nepríjemnosti a dokonca aj výdaje, stratu zisku. Napríklad zavedenie opatrenia firmy Google, že webové stránky bez https protokolu označuje Google Chrome prehliadač ako nebezpečné spôsobila firme plus výdaje, pretože firma musí sa prispôbiť a poskytnúť na webové stránky tento protokol. Takéto nečakané hrozby môžu firme spôsobovať veľké škody a prácu navyše.

Súhrn SWOT stratégiei

SO stratégie - silné stránky s príležitosťami

Rozšírenie ponuky môže firma dobre naplánovať, pretože má dobrú organizačnú štruktúru a kvalifikovaný personál na to. Keďže má aj marketingové oddelenie, tak by mohli využiť zatiaľ neskúsené kanály na marketing a ešte zlepšiť známosť firmy.

WO stratégie - odstránenie slabých stránok využitím príležitostí

S príležitosťami má byť firma viac známa a populárna, a tak by mala byť rýchlejšia a jednoduchšia nájsť nových zamestnancov. Pretože keď firma je známa a označovaná ako elita, tak kandidáti by mali viac záujem o firmu. Tým by možno bol väčší záujem o pozície a tak by zamestnanci nebrali ako samozrejmosť svoju pozíciu a viac by sa snažili, aby udržali svoje miesto vo firme.

ST stratégie - silné stránky s minimalizáciou hrozieb

Keďže firma je dobre organizovaná a pracujú vo firme dobrí odborníci, tak na vonkajšie hrozby rýchlo sa dokáže reagovať. Keď sa nastanú opatrenia, alebo od konkurencii príde nejaká inovácia, tak majú potenciál na to reagovať a riešiť to čo najrýchlejšie.

WT stratégie - minimalizácia slabých stránok a vyhýbanie hrozbám

Neustála kontrola konkurencie a reagovanie na ich zmeny pomôže firme nezaostávať. S odbornou prácou si firma dokáže poskytnúť zákazníkom inovácie a nebude tak zastaralá a nemoderná. Okrem toho firma potrebuje HR oddelenie, ktoré je schopné zvládať multikultúrne problémy a dokáže zamestnancov motivovať aj bez ohľadu na kultúrne rozdiely.

2.4 Firemná stratégia

Spoločnosť firemnú stratégiu založila na silných stránkach podniku. Stratégiu spoločnosti môžeme zhrnúť do štyroch základných bodov:

- Silná propagácia spoločnosti a produktov vo všetkých krajinách sveta.
- Zabezpečiť, aby potenciálni používatelia našli spoločnosť a využívali poskytované služby.
- Zabezpečiť, aby zákazníci vyskúšali služby poskytované firmou, zaregistrovali do systému a zakúpili prémiové služby.

- Dosiahnuť dlhodobú spokojnosť zákazníkov, aby opätovne zakúpili služby, ktorých ponúka firma a takto vytvoriť silných dlhodobých vzťahov.



Obrázok č. 20: Stratégia spoločnosti

(Zdroj: vlastná tvorba)

Akým spôsobom sa snaží firma dosiahnuť určené strategické ciele? Firma používa rôzne strategické nástroje v rôznych fázach.

Aby získala návštevníkov, tak firma používa PPC kampane, emaily, optimalizáciu pre vyhľadávače, partnerský program, vytvorenie obsahu, bannery, sociálne médiá, atď.

Aby sa stali z návštevníkov užívatelia, tak firma v prvom rade sa snaží pre užívateľov ponúkať kompletne služby, excelentnú starostlivosť, komunikáciu cez sociálne médiá, vytvoriť obsah, aby užívateľ lepšie poznal produkt a vytvoril s produktom dobrý vzťah.

Aby získali zákazníkov, ktorí sú ochotní platiť za produkt a služby, tak poskytuje služby navyše, prioritnú podporu, starostlivosť a pomoc.

Ale pre firmu nestačí keď zákazník raz nakúpi prémiovú službu, firma chce vytvoriť dlhodobý dobrý vzťah so zákazníkmi, aby mali dlhodobú spoluprácu.

Takže môžeme zhrnúť, že firma chce získať maximálnu spokojnosť zákazníkov, a k tomu je potrebná profesionalita od pracovníkov a nadštandardné služby.

3. VLASTNÉ NÁVRHY RIEŠENIA

Ďalšia kapitola detailne popisuje možnosti na obstaranie nového informačného systému ich výhody a nevýhody pre firmu. Detailne ukážeme požiadavky od firmy, vysvetlíme metodiku výberu a predstavíme jednotlivých dodávateľov. Zhrnieme rizika a ich analýzu a popíšeme zavedenie vybraného informačného systému do podniku. Na záver kapitoly zhrnieme prínosy vybraného systému pre podnik.

3.1 Požiadavky na informačný systém

Spoločnosť chce rozšíriť ponuky a služby, čo poskytujú zákazníkom a to s pomocou mobilnej aplikácie, ktorá bude spolupracovať s webovou verzii a zo systémom, čo používa zákaznícka podpora. Spoločnosť od systému očakáva, aby ukazoval rovnakú platformu, čo zákazník vidí na webovej verzii. Firma chce, aby zákazník videl cez mobilnej aplikácii základné údaje o webovej stránke- čiže balíček, doménu, aby mohol zákazník objednať služby a videl aj faktúry a históriu objednávok. Okrem toho aby mal prístup k štatistikám webovej stránky a k vyplnením formulárom od zákazníkov. Zákazníci by mali možnosť tiež spravovať objednávky a produkty cez aplikáciu. Keďže editácia samostatnej webovej stránky by bola náročná na aplikácii, tak to firma od aplikácie zatiaľ neočakáva. Zo strany zákazníckej podpory firma očakáva, aby zmeny v aplikácii boli hneď zverejnené a viditeľné aj v systéme u spoločnosti.

Firma má nasledujúce požiadavky na nový informačný systém:

- Informačný systém pre mobilnú aplikáciu
- Lokalizácia vo viacerých jazykoch, ktoré firma používa a podporuje
- Splnenie požadovaných funkcií
- Synchronizácia s existujúcim programom
- Zabezpečenie na vysokej úrovni
- Spoločný a funkčný systém
- Jednoduché ovládanie
- Uživatelsky prívetivý
- Podpora Android a iOS systému
- Garancia a servis a podpora od dodávateľa

3.2 Možnosti obstaranie informačného systému

Zaobstarat' informační systém je možné tromi spôsobmi. Spoločnosť si môže informační systém vyvinúť na mieru sama. Druhá verzia je, že si spoločnosť informační systém prenajme a posledná verzia je nákup už hotového systému.

3.2.1 Informační systém vyvinutý na mieru

Vývoj informačného systému na mieru firmou je prvá možnosť, ktorú spoločnosť si môže vybrať. Na to, aby spoločnosť vyvinul vlastnú aplikáciu potrebuje veľa finančných prostriedkov, a nájsť nových ľudí, ktorí majú potrebné vzdelanie. To je avšak finančne a aj časovo náročné, keďže firma momentálne nezamestnáva pracovníkov s príslušným vzdelaním. Vlastný vývoj systému by bol tiež náročný ohľadne riešenia vlastného projektu. Pri projekte by mohli nastať nasledujúce chyby:

- Nesprávne sformulovanie projektu, cieľov
- Nedodržanie časového plánu
- Nesprávny výber projektového tímu
- Členovia tímu nemajú dostatočné vzdelanie
- Nesprávna implementácia
- Nedostatočný servis a podpora

Firma podľa vyššie uvedených hrozieb sa rozhodla odmietnuť túto možnosť. Pre spoločnosť je táto verzia nevýhodná a preto sa rozhodli túto verziu nevyužiť.

Druhá možnosť u vývoja aplikácii je využitie platformu, ktorá by pomohla firme v tvorbe mobilnej aplikácii. Také aplikácie sú napríklad Appy Pie alebo Appmkr. Použitie takej aplikácii znamená jednoduchosť, pretože nepotrebujeme programovací schopnosti, ale časovo je náročné. Platformy fungujú na princípu drag and drop, čiže stačí elementy posunúť a pridať do systému. Výhoda systému je, že nie je potreba na začiatku veľký počiatočný kapitál, totiž je možnosť platiť predplatné každý mesiac. Avšak na vytvorenie komplexnej aplikácie tieto systémy nie sú výhodné, pretože ponúkajú len veľmi jednoduchý editor a nie je možné vytvoriť aplikáciu s rôznorodými funkciami. Tieto aplikácie skôr sú ideálne pre malé firmy, ktoré potrebujú jednoduchú aplikáciu s pár funkciami. Mesačný poplatok takých aplikácii je okolo 300 až 2000

korún na mesiac. Keďže firma chce komplexnú aplikáciu s rôznorodými funkciami, takže túto možnosť vedenie odmietla.

3.2.2 Prenájom informačného systému

Je možnosť prenajímať informačný systém od dodávateľa. U mobilných aplikácii je to špecifická možnosť prenájmu: aplikáciu vytvorí spoločnosť na mieru a za to firma platí mesačný paušál. Firma takto nepotrebuje investovať čas do vývoja a ani nepotrebuje počiatočný kapitál, pretože firma platí mesačné poplatky dodávateľovi. Tieto poplatky sa pohybujú okolo 5000 až 15000 korún. Príkladom firmy, ktorá ponúka takéto služby je AppElis. Keďže firma chce dlhodobo využívať aplikáciu, tak sa rozhodla, že táto metóda je dlhodobo nevýhodná a rozhodla sa najímať vývojársku firmu pre vývoj aplikácie.

3.2.3 Nákup hotového informačného systému

Posledná možnosť je najímanie vývojárskej firmy, ktorá znamená výhodu pre firmu v tom, že firma nepotrebuje sa naučiť kódovať aplikáciu. Najväčší problém u tejto možnosti je počiatočný kapitál, ktorý musí firma zaistiť. Vývoj aplikácie je totiž veľmi finančne náročná záležitosť. Keď firma nájde spoločnosť s ktorým bude spolupracovať, tak je veľmi dôležitá spolupráca a komunikácia medzi spoločnosťami. Veľkú hrozbu znamená, keď komunikácia nefunguje medzi firmami. Dôležitý je, aby firma ujasnila detaily projektu, že čo presne očakáva od vývojára. Vývoj je časovo náročná záležitosť, priemerná doba na vývoj mobilných aplikácií je okolo 3-18 mesiacov. Vývojára firma musí veľmi starostlivo vybrať, aby dokázal jeho očakávania splniť. Hodinová sadzba vývojárov sa pohybuje okolo 1500-3000 korún na hodinu. Síce je to najdrahšia forma obstarania systému, tak cena odpovedá aj kvalite, takže firma môže očakávať kvalitnú prácu. Keďže naša firma chce dlhodobo túto aplikáciu využívať, sa rozhodla najímať vývojársku firmu, aby všetky očakávania a funkcie mali zaistené.

3.3 Výber informačného systému

V tejto časti popíšeme postup pri vyberaní informačného systému pre mobilnú aplikáciu. Výber prebehne v dvoch etapách, a použijeme na to hrubý a jemný výber.

3.3.1 Hrubý výber

Pre vývoj mobilného aplikácia sme celkovo vybrali 5 kandidátov, ktoré v Česku poskytujú tieto služby. Názov firmy a webové stránky kandidátov zhrnie nasledujúca tabuľka:

Číslo	Dodávateľ systému	Webové stránky
1	ACTUM, s.r.o.	actumdigital.com
2	SYNETECH s.r.o.	synetech.cz
3	Pixelmate	pixelmate.cz
4	AppElis.com, a.s.	appelis.com
5	System4u a.s.	system4u.cz

Tabuľka č. 2: Kandidáti na vývoj systému

(Zdroj: vlastná tvorba)

Nasledujúca tabuľka nám ukazuje čo presne firma očakáva od systému a aká je váha týchto funkčných kritérií. Ako vidíme z tabuľky najdôležitejší kritérium je pre firmu synchronizácia s programom, čo používajú teraz. Keďže aplikácia má doplniť už existujúcich služieb, tak je samozrejmé, že firma očakáva, aby zmeny vykonané v aplikácii boli hneď viditeľné aj v systéme. Druhé najdôležitejšie kritérium je pre firmu, aby do aplikácie boli zahrnuté všetky požadované funkcie. Keďže ide o komplexný systém s rôznymi funkciami, tak je podstatné, aby aplikácia obsahovala funkcie, ktoré sú pre zákazníkom podstatné. Firma kladie veľký dôraz na to, aby programy a služby boli užívateľsky prívetivý, tak tento kritérium je tretí najdôležitejší. Potom firma určila, že viacjazyčnosť, podporovanie Android a iOS systému, servis a podpora sú rovnako dôležité faktory. Najmenšiu váhu v rozhodnutí má možnosť ďalšieho rozšírenia. Keďže firma má už funkcie presne určené, ktoré očakáva od aplikácie, tak tento kritérium je pre spoločnosť nevýznamná.

Kritérium	Váha
Jazyky	10%
Synchronizácia s programom	30%
Android a iOS	10%
Užívateľsky prívetivý	15%
Všetky funkcie	20%
Možnosť ďalšieho rozšírenia	5%
Servis a podpora	10%
Celkovo:	100%

Tabuľka č. 3: Kritéria pri rozhodnutí

(Zdroj: vlastná tvorba)

Keďže firmy ponúkajú vývoj aplikácie na mieru, tak nedá sa jednoducho porovnať poskytované služby a parametre firmy, keďže ide o jedinečný produkt a osobný prístup. Predsa ale môžeme podľa niekoľko faktorov porovnať kandidátov, a rozhodnúť sa podľa týchto kritérií.

ACTUM s.r.o. firma vznikla v roku 1996, takže má dlhodobú tradíciu v informačnom svete. Na začiatku ponúkali len tvorbu webových strán, ale potom rozšírili svoje portfólia. Majú klientov v Česku, Nemecku, Rakúsku, Švajčiarsku, Švédsku, Holandsku, Francúzsku, Veľkej Británii a USA. Navrhujú a realizujú rozsiahla technologické riešenia ako sú eCommerce, webové prezentácie, servisné online portály, intranet alebo mobilné aplikácie vrátane integráciou s back-end systémy klienta a tretích strán. Hlavné sídlo spoločnosti je v Prahe, kde pracuje 160 zamestnancov a každý mesiac pribúda 12 nových. V roku 2016 otvorili nemeckú pobočku v Düsseldorfe. V súčasnosti pracujú na otvorení ďalších kancelárií v Nemecku a Holandsku a pripravujú vstup do UK a USA. Spoločnosť v roku 2016 zaznamenala nárast obratu o 43%, na 8 milióna EUR. V dvojciferný raste pokračovali aj v roku 2017, na ten rok očakávali obrat 13,3 milióna EUR. Spoločnosť má sídlo v Prahe. (21)

Synetech s.r.o. bol založený v roku 2014. V názve spojili dva kľúčové pojmy: Synesis, teda rozum, a technológia, teda technológie. Tým vyjadrili hlavný cieľ firmy: spájať sedliacky rozum a moderné technológie. Tzn. porozumenie core technológiám do hĺbky, ale zároveň udržanie ľudského prístupu k sebe navzájom. Firma má 25 zamestnancov,

takže sa jedná pomerne o malú firmu. Firma ponúka vývoj mobilných aplikácií pre iOS a Android operačné systémy. Staré aplikácie upravia podľa prianí zákazníkov, tie nové pripravujú aj na kľúč. Postarajú sa o ich návrh, realizáciu, analýzu, umiestnenie do obchodu aj marketing. Firma má sídlo v Prahe. (22)

Pixelmate je firma založená v roku 2013. Firma poskytuje zákazníkom vývoj webových a mobilných aplikácií. Firma najprv pomáha s plánovaním, zameriavajú na otázky business stratégie, návrhu riešenia a architektúry. Pomôžu takto vyvarovať sa mnohých chýb. V ďalších krokoch ponúka programovanie, testovanie, a implementáciu systému. Okrem toho ponúkajú aj marketingové kampane a snažia sa vytvoriť dlhodobú spoluprácu s klientami. Firma má kontaktné osoby v Londýne, Berlíne, Prahe a v Brne. (23)

AppElis je softvérová spoločnosť so zameraním na biznis. Dodáva firmám profesionálne mobilné aplikácie v najvyššom štandarde. Bez rizika, v rekordnom čase a za mesačný poplatok. Firma má kancelár v Brne. Firma ponúka nasledujúce tri balíčky: (24)

NEJOBLÍBENEJŠÍ SLUŽBA		
Aplikace BUSINESS	Aplikace PROFI	Aplikace ENTERPRISE
Kvalitní mobilní aplikace s jasným účelem	Pokročilá mobilní aplikace pro náročné využití	Nadstandardní aplikace s prémiovými moduly
Mobilní aplikace pro Android Mobilní aplikace pro iOS Webová administrace Server pro 15.000 instalací	Mobilní aplikace pro Android Mobilní aplikace pro iOS Webová administrace Server pro 30.000 instalací	Mobilní aplikace pro Android Mobilní aplikace pro iOS Webová administrace Server pro 100.000 instalací
🏠 až 10 modulů	🏠 až 15 modulů	🏠 až 20 modulů
od 1490 Kč /měsíčně	od 3990 Kč /měsíčně	od 7490 Kč /měsíčně

Obrázok č. 21: AppElis balíčky

(Zdroj: <https://appelis.com/cs/>)

System4u sú špecialisti na Mobile Device Management. Okrem špecializácii na Enterprise Mobility Management poskytujú tiež komplexné IT a cloudové služby vrátane vývoja vlastných aplikácií. Vďaka dlhoročnej skúsenosti v obore sú schopní poradiť s výberom vhodného riešenia na mieru spoločnosti. Mobilné riešenia sú ich

špecializáciou už od roku 2007. Počas tejto doby nazbierali cenné skúsenosti a tiež celý rad významných zákazníkov. Vysokou pridanou hodnotou spoločnosti je kvalita poskytovaných služieb. Ich centrum podpory pracuje nepretržite 24 hodín denne po celý rok. V súčasnej dobe aktívne monitorujú viac ako 200 serverov a spravujú viac ako 62 000 mobilných zariadení. Firma má sídlo v Brne. (25)

Pri hrubého výberu si z firiem vyberieme 3, ktoré najviac vyhovujú požiadavkám spoločnosti. Keďže pre firmu je veľmi dôležitá dlhodobá spolupráca, tak poskytované služby od AppElis nevyhovujú, keďže firma ponúka mesačné poplatky a tak pre spoločnosť táto verzia je nevyhovujúca. Firma očakáva dobrú a kontinuálnu komunikáciu, a uprednostňuje firmy, ktoré sú priamo v Brne, takže komunikácia môže byť nepretržitá. Okrem toho firma chce naviazovať vzťah s dodávateľom, ktorý špecializuje na mobilné aplikácie. Tieto požiadavky teda zužujú náš výber na nasledujúce kandidáty: System4u a Pixelmate.

3.3.2 Jemný výber

Detailne si pozrieme ponúkané služby od firiem System4u a Pixelmate, aby sme zistili, ktorá firma ponúka lepšie možnosti a služby pre spoločnosť. Obe firmy sú špecialisti na mobilné aplikácie s dlhodobou tradíciou. Komunikácia je zaistená z oboch firiem, keďže majú kancelár v Brne, tak komunikácia a vyjednávanie môže byť bezproblémová.

Keď si pozrieme služby, tak obe firmy ponúkajú nasledujúce služby:

- Poradenstvo, konzultácia
- Špecifikácia projektu
- Návrhy a design
- Programovanie aplikácii
- Beta verzia, testovanie
- Hotová aplikácia- testovanie
- Implementácia
- Podpora a inovácie

Obidve firmy majú na stránkach referenčné produkty na prehliadnutie. Firma Pixelmate vyvinula mobilnú aplikáciu Easy TV a MotoMate. Avšak firma System4u má oveľa viac a známejších referenčných produktov, napríklad aplikácia pre DHL, pre Českú

sporiteľňu, pre Českú národnú banku, pre O2, pre AVG, pre Raiffeisenbank, pre T-Mobile atď.

Čo sa týka podpory, tak firma Pixelmate ponúka telefonickú, emailovú komunikáciu a okrem toho tiež komunikáciu cez Skype. Firma System4u má veľmi rozšírený systém na podporu. Okrem emailovej a telefonickej komunikácii ponúkajú vzdialenú podporu a možnosť sa prihlásiť do aplikácie Helpdesk. Okrem toho firma ešte má vytvorené centrum sťahovania, kde zákazníci majú možnosť si stiahnuť užitočné materiály a inštalácie podľa kategórií. Zákaznícka podpora pracuje nepretržite 24 hodín denne. Zákaznícka podpora je veľkou pridanou hodnotou k službám firmy. Firma hovorí, že zákazník sa na nich môže obrátiť ktorýkoľvek deň, ktorúkoľvek hodinu, vždy budú k dispozícii a vyriešia jeho problém. Okrem toho firma pre veľkých zákazníkov má v dátovom centre v prevádzke zrkadlovú inštaláciu ich systému, na ktorom sú testované aktualizácie či plánované zmeny v konfigurácii.

Spoločnosť System4u je od roku 2012 nepretržite certifikovaná:

ISO 9001:2012 Systém managementu riadenia kvality – neustále zlepšujú kvalitu služieb poskytovaných zákazníkom

ISO 27001:2006 Systém managementu bezpečnosti informácií – zákazníkom garantujú ochranu ich citlivých dát a informácií

System4u je exkluzívnym partnerom GEMA, čo je Global Enterprise Mobility Alliance - globálny poskytovateľ služieb pre správu a zabezpečenie firemných mobilných zariadení prostredníctvom lokálnych partnerov.

Tieto služby a charakteristiky si rekapitulujeme do tabuľky a pozrieme, ktorá firma je pre našu spoločnosť ideálna. Najprv určíme kategórie a bodové ohodnotenie. Na bodové ohodnotenie použijeme škálu od 0 do 5, kde 0 je najnižší bod, v percentách pod 1%, slovami nevyhovujúca. 5 bodov je najvyššie ohodnotenie, čo je 80-100% a slovami výborná.

Bodové hodnotenie	Percenta	Hodnotenie slovami
0	menej ako 1%	Nevyhovujúca
1	1-19%	Nedostatočná
2	20-39%	Podpriemerná
3	40-59%	Priemerná
4	60-79%	Nadpriemerná
5	80-100%	Výborná

Tabuľka č. 4: Bodové hodnotenie pre jemný výber

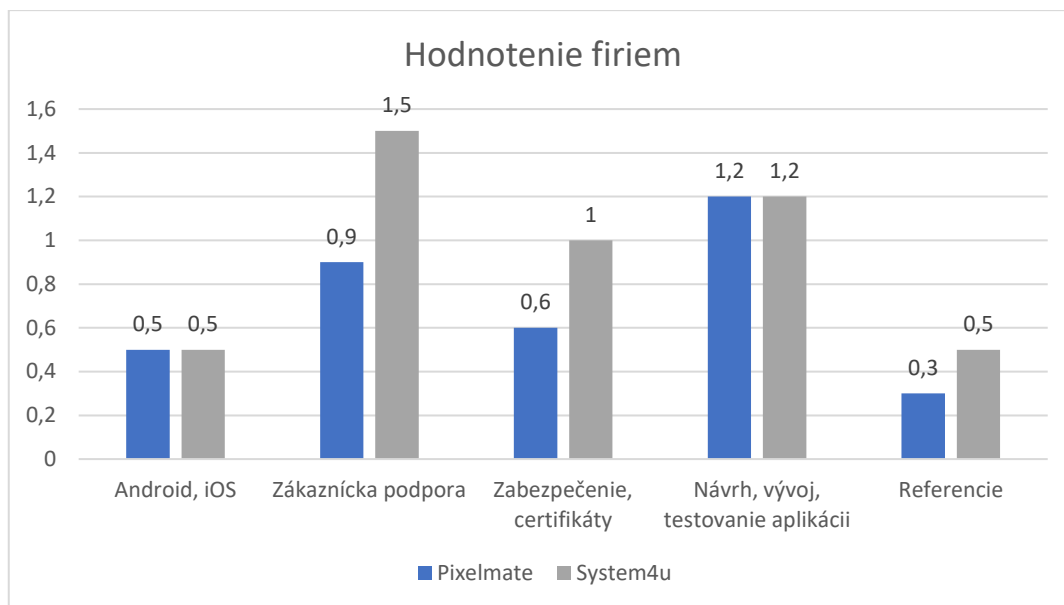
(Zdroj: vlastná tvorba)

Budeme skúmať ponúkané platformy, zákaznícku podporu, certifikáty, priebeh vývoja a referencie.

Skúmaný znak	Pixelmate	System4u a.s.	Váha	Pixelmate	System4u a.s.
Android, iOS	5	5	10%	0,5	0,5
Zákaznícka podpora	3	5	30%	0,9	1,5
Zabezpečenie, certifikáty	3	5	20%	0,6	1
Návrh, vývoj, testovanie aplikácii	4	4	30%	1,2	1,2
Referencie	3	5	10%	0,3	0,5
			1	3,5	4,7

Tabuľka č. 5: Bodové hodnotenie dvoch firiem

(Zdroj: vlastná tvorba)



Graf č. 3: Hodnotenie firiem

(Zdroj: vlastná tvorba)

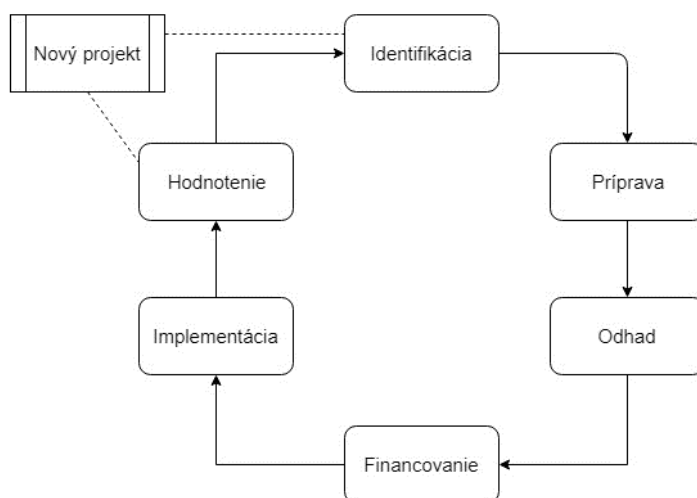
Môžeme vidieť, že podľa hodnotenia je jednoznačným víťazom firma System4u. V oblasti hromadnej správy firemných mobilných zariadení je firma špičkou na českom trhu. Svojim zákazníkom ponúkajú komplexné služby od návrhu riešenia, zvolenie vhodnej stratégie cez integráciu s firemnou infraštruktúrou a implementáciu až po následnú profesionálnu zákaznícku podporu v nepretržitom režime.

3.4 Postup zavedenia informačného systému

Pri zavedení informačného systému firma používa projektové riadenie. Firma na projekte spolupracuje s dodávateľom, a hlavné míľniky a časové intervaly projektu určuje s dodávateľom. Projektové riadenie má nasledujúce fázy:

- Identifikácia
- Príprava
- Odhad
- Financovanie
- Implementácia
- Hodnotenie

Jednotlivé fázy projektu ukazuje nám aj nasledujúci obrázok:



Obrázok č. 22: Fázy projektu

(Zdroj: Vlastná tvorba, (26))

Jednotlivé fázy projektu zhrnie nasledujúca tabuľka. Celkove trvanie projektu je 75 pracovných dní. Zahájenie projektu je prvá fáza.

Potom začína predimplementačná fáza, kde firma konzultuje s dodávateľom a určí požiadavky, dohodne sa o realizácii jednotlivých funkcií. Keď sa ujasnili všetky detaily projektu, vrátane finančných a časových detailov, tak firma uzavrie zmluvu a objedná informačný systém od dodávateľa.

Implementačná fáza začína vývojom systému, ktorá sa uskutoční u dodávateľa, firma na to nemá žiadny vplyv. Keď dodávateľ dokončí vývoj, tak začína konfigurácia systému. Počas vývoja a konfigurácie firma očakáva priebežnú spätnú väzbu od dodávateľa, že v akej fáze sa projekt nachádza. Keď je systém hotový, tak je dodávateľ pripravený na inštaláciu a synchronizáciu s existujúcim systémom, kde je dôležitá spolupráca s informačným oddelením spoločnosti a dodávateľom systému. Keď aplikácia je synchronizovaná, tak sa uskutoční interné školenie zamestnancov, aby vedeli ako systém funguje a mohli poskytovať podporu pre produkt. Po školení začína testovacia fáza programu, kde sa testuje funkčnosť a stabilita systému. Okrem toho je zahájený skúšobná prevádzka, aby sa zistili prípadné chyby a problémy. Keď sú chyby opravené, tak môže firma spustiť aplikáciu pre zákazníkom.

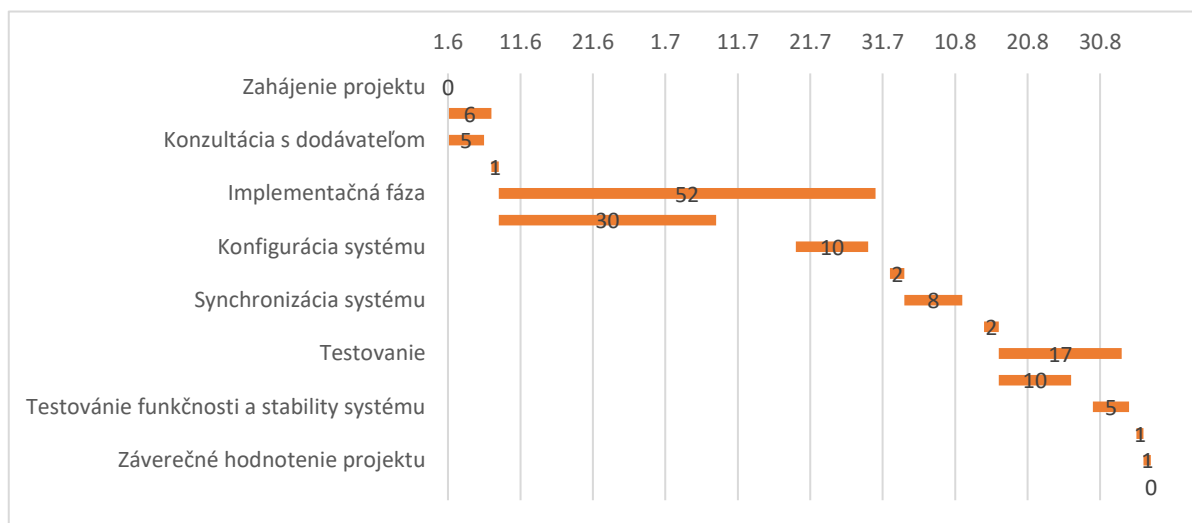
Na konci projektového riadenia je záverečné hodnotenie projektu a ukončenie. Pri hodnotení projektu zisťuje firma, či boli dosiahnuté ciele projektu, či dodávateľ dodržal dopredu určené požiadavky, či firma neprekročil náklady a dopredu nastavený finančný limit. Priebeh projektu a dobu trvania ukazuje aj nasledujúca tabuľka. (26)

Označenie	Popis činnosti	Začiatok	Dokončenie	Doba trvania
A	Zahájenie projektu	01.06.2018	01.06.2018	0
	Predimplementačná fáza	01.06.2018	08.06.2018	6
B	Konzultácia s dodávateľom	01.06.2018	07.06.2018	5
C	Objednanie informačného systému a uzatvorenie zmluvy	07.06.2018	08.06.2018	1
	Implementačná fáza	08.06.2018	16.08.2018	52
D	Vývoj systému	08.06.2018	19.07.2018	30
E	Konfigurácia systému	19.07.2018	01.08.2018	10
F	Inštalácia systému	01.08.2018	03.08.2018	2
G	Synchronizácia systému	03.08.2018	14.08.2018	8
H	Interné školenie	14.08.2018	16.08.2018	2
	Testovanie	16.08.2018	06.09.2018	17
I	Skúšobná prevádzka	16.08.2018	29.08.2018	10
J	Testovanie funkčnosti a stability systému	29.08.2018	04.09.2018	5
K	Prevádzka systému	04.09.2018	05.09.2018	1
L	Záverečné hodnotenie projektu	05.09.2018	06.09.2018	1
M	Ukončenie projektu	06.09.2018	06.09.2018	0

Tabuľka č. 6: Projektové činnosti a trvanie

(Zdroj: vlastná tvorba)

Ganttov diagram je grafické znázornenie naplánovanej postupnosti činností v čase pri riadení projektov. Pre náš projekt vyzerá nasledujúco:



Graf č.4: Ganttov diagram

(Zdroj: vlastná tvorba)

3.5 Analýza rizík

Zavedenie nového produktu znamená pre firmu možné rizika, na ktoré musí myslieť a s nimi vysporiadať.

Možná rizika

- problematická synchronizácia s existujúcim programom
- nevhodný dodávateľ programu
- dlhá doba vytvorenia aplikácie
- vysoká cena
- nezáujem od zákazníkov, zbytočná aplikácia

Problematická synchronizácia s existujúcim programom

Nový program musí spolupracovať s editorom na počítači a uložiť zmeny, ktoré zákazník na program urobí. Bez synchronizácie program nebude použiteľný. Opatrenie môže byť konštantná spolupráca a vyjednávanie s dodávateľom, aby firma bola istá, že aplikácia podporuje existujúci program a spoluprácu.

Nevhodný dodávateľ programu

Keď si firma vyberie nevhodného dodávateľa, tak program môže byť menej kvalitný, drahší, tvorba pomalšia, a možno, že firma nedostane taký produkt, aký si predstavoval. Riešenie môže byť dôkladná analýza a porovnanie jednotlivých potenciálnych dodávateľov a konzultácia pred výberom.

Dlhá doba vytvorenia aplikácie

Dlhú dobu firma môže predísť presne daným časovým plánom, s ktorým by mala byť aplikácia vytvorená podľa dohody.

Vysoká cena

Cena je dôležitý faktor pri výbere dodávateľa, takže firma si musí brať do úvahy pri výbere poskytnuté služby a kvalitu a porovnať to s cenou.

Nezáujem od zákazníkov, zbytočná aplikácia

Môže sa stať, že poskytnutá nová služba nebude mať tak veľký úspech, ako to firma očakáva. Takže pred investíciou do nového produktu firma by mala urobiť výskum trhu, aby zistil záujem a dopyt od zákazníkov.

3.5.1 Význam a pravdepodobnosť rizík

Rizika, ktoré sme skúmali môžu mať rôzny dopad a výskyt a podľa toho rôzne ovplyvňujú firmu. Na základe skórovacej metódy sme získali nižšiu tabuľku.

Riziko	Výskyt	Dopad	Skóre
Problematická synchronizácia	4	9	36
Nevhodný dodávateľ programu	5	5	25
Dlhá doba vytvorenia aplikácie	3	3	9
Vysoká cena	3	5	15
Nezáujem od zákazníkov	2	9	18

Tabuľka č 7: Charakteristika jednotlivých rizík

(Zdroj: vlastná tvorba)

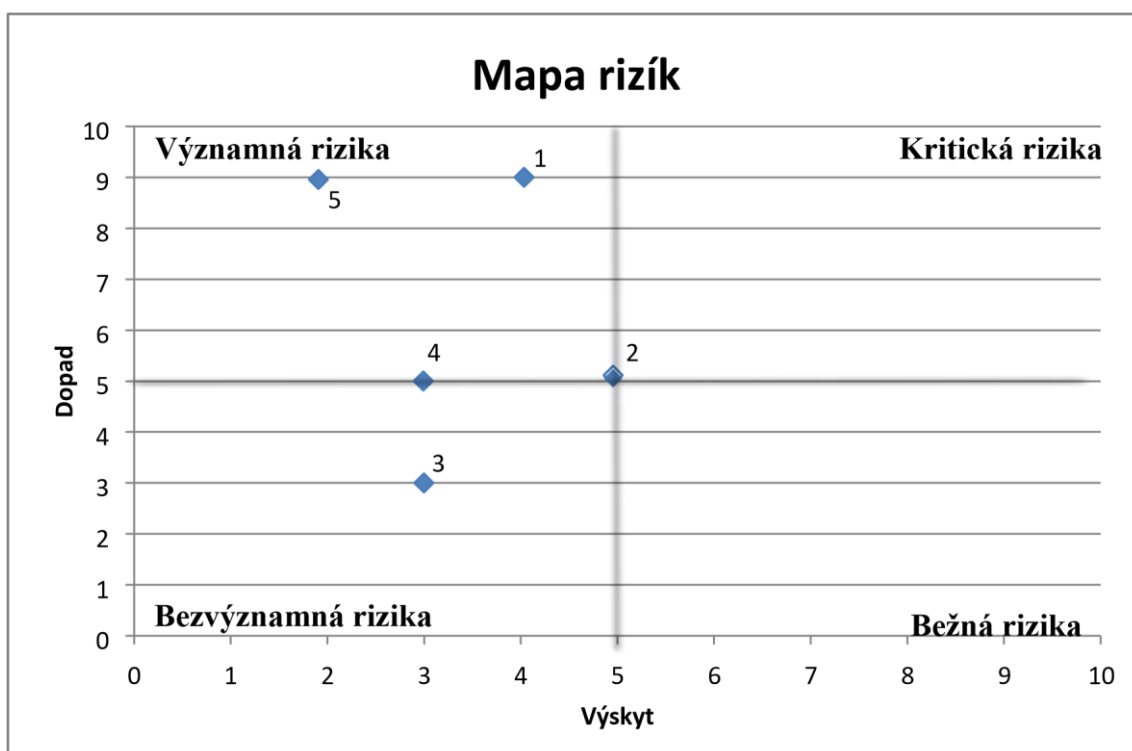
V tabuľke môžeme vidieť body, ktorých hodnoty popisuje nasledujúca tabuľka:

Hodnota	Výskyt	Dopad
1-2	veľmi malý	
3-4	malý	
5-6	stredný	
7-8	veľký	
9-10	veľmi veľký	

Tabuľka č.8:Hodnoty rizík slovne

(Zdroj: vlastná tvorba)

Nasledujúci graf ukazuje mapu rizík, kde môžeme vidieť ktoré rizika sú významné, bežné, kritické a bezvýznamné.



Graf č.5:Mapa rizík

(Zdroj: vlastná tvorba)

3.5.2 PERT diagram

Poradie	Činnosť	Predchodzí činnosť	Doba trvania (dny)			Očakávaná doba
			Optimistický odhad	Modus	Pesimistický odhad	$t_e = \frac{o + 4m + p}{6}$
1	Analýza trhu či je záujem o produkt	N/A	3	4	5	4
2	Súhlas majiteľa firmy	N/A	3	5	7	5
3	Prieskum konkurentných programov	1,2	2	3	4	3
4	Zhrnutie očakávaných funkcií	3	2	4	6	4
5	Vyhľadávanie a výber dodávateľa	4	4	5	6	5
6	Výroba programu dodávateľom	5	30	35	40	35
7	Kontrola systému zamestnancami	6	7	9	11	9
8	Finálne úpravy podľa spätnej väzby	7	10	13	16	13
9	Školenie zamestnancov	8	3	5	7	5
10	Uvedenie do prevozu	8	6	8	10	8

Tabuľka č.9: Kroky projektu

(Zdroj: vlastná tvorba)

Keď si pozrieme PERT diagram, tak môžeme vidieť, že kritická cesta je: 1-3-4-5-6-7-8-10, takže analýza- prieskum konkurencii- zhrnutie funkcií-výber dodávateľa- výroba programu- kontrola programu- finálne úpravy- a uvedenie do prevozu.

3.6 Ekonomické zhodnotenie

3.6.1 Prínosy riešenia

Prínosy navrhovaného riešenia môžeme zrekapitulovať v nasledujúcich bodoch:

Konkurencieschopnosť spoločnosti- Firma potrebuje mobilnú aplikáciu, keďže konkurenti na trhu tiež poskytujú takú službu pre svojich zákazníkov. S novou aplikáciou sa zlepši komunikácia so zákazníkmi, zvýši kvalitu poskytovaných služieb, takže celkovo konkurencieschopnosť podniku sa zvýši.

Menšie náklady- Spoločnosť momentálne nemá zamestnancov s adekvátnym vzdelaním, takže je výhodnejšie si objednať systém od dodávateľa, keďže vlastný vývoj by bol časovo a nákladovo náročná. Firma dostane od dodávateľa hotový produkt podľa očakávania a dopredu určených bodov podľa projektu. Dodávateľ predá produkt až keď bude hotový a pripravený na používanie. To znamená pre firmu výhodu, nemusí totiž vynakladať náklady na vlastný vývoj, na hľadanie nových zamestnancov pre vývoj. Pre firmu vlastný vývoj znamenalo by väčšie riziko a neistotu, čo je takto vyriešené.

Spokojnosť zákazníkov- Funkčná aplikácia môže pre firmu znamenať zvýšenie spokojnosti zákazníkov, keďže je to žiadaná služba a zákazníci takto majú viac možnosti na spravovanie svojich stránok. S tým je možnosť, že sa zvýši počet nákupov Prémiových služieb, keďže zákazníci majú možnosť platby priamo v aplikácii.

Vstup na nový trh- Okrem toho pre firmu otvorí táto aplikácia nový trh, keďže zatiaľ nemohli zacieliť na zákazníkoch, ktorí používajú mobilné telefóny, keďže firma zatiaľ nepodporovala tvorbu webových stránok na mobilu. Tým sú nové možnosti na marketing, a takto môže firma získať nových zákazníkov. Cez Google Adwords firma môže pustiť kampane na mobilných zariadení a optimalizovať svoje reklamy na mobily.

Bezpečnosť a kvalita služieb- Dodávateľ, ktorého sme vybrali má dobrú recenziu, je dlhodobo na trhu, spolupracoval s známymi firmami a poskytuje okrem vývoja aj skvelý servis a spoľahlivú podporu pre produkt. Dodávateľ má aj akreditáciu pre certifikáciu ISO:

- ISO 9001:2012 na zlepšenie kvalitu služieb poskytovaných zákazníkom
- ISO 27001:2006 zákazníkovi garantujú ochranu ich citlivých dát a informácií

Okrem toho System4u je exkluzívnym partnerom GEMA. Takže môžeme byť istý, že firma má preukázateľné zručnosti, jasné procesy a ponúkané služby majú vysokú hodnotu.

Zvýšenie efektívnosti- Nová aplikácia zefektívňuje aj existujúce podnikové procesy. S novým systémom bude jednoduchšia komunikácia so zákazníkmi, čo prinesie skrátenie doby vybavovania zákazníckej podpory, čo môžeme vypočítať ako ušetrený čas * počet pracovníkov * priemerná mzda. Pri hrubých výpočtoch sme zistili, že ušetrený čas je približne 4 hodiny mesačne, počet zamestnancov zákazníckej podpory je 44 a priemerná mesačná mzda je 150 Kč na hodinu. Z toho sme vypočítali, že mesačne 26 400 Kč ušetrí nový systém pre firmu.

Celkovo teda môžeme vidieť, že zavedenie nového informačného systému, konkrétne aplikácie pre firmu môže znamenať obrovské výhody, a to nie len v získaní väčšieho spokojnosti zákazníkov, ale aj nové marketingové možnosti a zvýšenie konkurenčnej schopnosti podniku na trhu.

3.6.2 Náklady

V poslednej kapitole zhrnieme náklady na zavedenie a vývoj mobilnej aplikácii.

Celkové náklady na vývoj a implementáciu informačného systému sú spojené s dodávateľom systému. Keďže vývoj, implementácia, testovanie systému má na starosť dodávateľ systému.

Vzniknuté náklady pri nákupe systému sú dvojakého typu:

- Náklady na vývoj, implementáciu, testovanie a zavedenie systému.
- Náklady na údržbu, ktoré sú vlastne náklady vynaložené na hosting, monitoring, aktualizácie a licencie. Náklady na údržbu softvéru firma platí každý rok dodávateľovi za poskytnuté služby.

POLOŽKA	OBSAH	NÁKLADY
1	Vývoj, implementácia, testovanie, zavedenie systému	540 000 Kč
2	Náklady na údržbu softvéru (15% celkovej ceny)	81 000 Kč
	Celkovo	621 000 Kč

Tabuľka č. 10: Náklady projektu
(Zdroj: vlastná tvorba)

Keďže firma má vlastný systém, ktorý bude spolupracovať s novým systémom, takže investovať do nového SW alebo HW nemusí, keďže celý proces vývoja a implementácia je poskytovaný a zaistený dodávateľom. Pracovníci vo firme počas implementácií a skúšobnej prevádzke majú možnosť vyskúšať systém, takže zvlášť finančné náklady na školenie nie sú. Podrobnú informáciu o fungovaní programu a funkcií dodá dodávateľ, a prípadné otázky zodpovie dodávateľ. Keďže firma už má vlastný systém, tak pridanie nových funkcií nemá vplyv na fungovanie starého systému, takže nemusíme počítať s výpadkami počas implementácií.

ZÁVER

Cieľom diplomovej práce bolo vybrať správne riešenie na obstaranie informačného systému pre podnik. Nový informačný systém má byť mobilná aplikácia, ktorá spolupracuje s existujúcim programom, a má byť prístupná pre Android a iOS systémy.

Na začiatku práce sú rozobrané teoretické východiská, ktoré sú ďalej využívané v praktickej časti. V teoretickej časti sme definovali základné pojmy, možnosti obstarania informačného systému a metódu budovania. Ukázali sme, aké sú mobilné platformy, čo sú to rizika a ako prebieha analýza rizík. Vysvetlili sme, aké spôsoby existujú na zavedenie informačného systému. Na konci teoretickej časti sme ukázali základné modely na analýzu podniku a podnikových procesov.

Druhá kapitola obsahuje analýzu problému. V tejto kapitole sme predstavili spoločnosť, tu môžeme nájsť základné údaje o spoločnosti. Vysvetlili sme, aká je vízia a misia spoločnosti a detailne sme ukázali marketingový mix. Kapitola tiež obsahuje analýzu súčasného stavu a firemnú stratégiu spoločnosti. Firma bola analyzovaná pomocou 7S analýzy, podľa modelov SLEPT, Portner, McFarlanov a SWOT.

Tretia kapitola obsahuje vlastné návrhy riešenia problému. V tejto časti sme vysvetlili, aké sú požiadavky na informačný systém od spoločnosti. Detailne sme si pozreli, aké možnosti má firma na obstaranie informačného systému a vysvetlili sme, že jednotlivé možnosti aké výhody a nevýhody majú. Podľa zistení od firmy sme sa rozhodli o vhodného spôsobu obstarania. Táto kapitola tiež detailne popisuje výber vhodného dodávateľa a predstavuje jednotlivých kandidátov. Po výbere je vysvetlená postup zavedenia systému a projektové riešenie. Na konci kapitole sme ukázali rizika a analyzovali sme možnosti.

Diplomová práca na konci zhrnie prínosy navrhovaného riešenia a aké výhody znamená nový informačný systém. V práci sme splnili naše ciele, ktoré sme na začiatku práce definovali a tak môžeme zhrnúť, že výber informačného systému bol úspešný.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

- (1) MOLNÁR, Zdeněk. *Pokročilé metody vědecké práce*. Zeleneč: Profess Consulting, 2012. ISBN 978-80-7259-064-3.
- (2) SKLENÁK, Vilém a kol. *Data, informace, znalosti a Internet*. Praha: C. H. Beck, 2001. 507 s. ISBN 80-7179-409-0.
- (3) GÁLA, Libor, Jan POUR a Prokop TOMAN. *Podniková informatika: počítačové aplikace v podnikové a mezipodnikové praxi, technologie informačních systémů, řízení a rozvoj podnikové informatiky*. Praha: Grada, 2006. 482 s. ISBN 8024712784.
- (4) KOCH, Miloš a Jan DOVRTĚL. *Management informačních systémů*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2006. ISBN 80-214-3262-4.
- (5) SODOMKA, Petr. *Informační systémy v podnikové praxi*. Brno: Computer Press, 2006. ISBN 80-251-1200-4.
- (6) KOCH, M., J. DOVRTĚL, T. HRŮZA a kol. *Management informačních systémů*. Brno: Cerm, 2010. ISBN 978-80-214-4157-6.
- (7) RUKOVANSKÝ, Imrich a Jindřich ZETEK. *Informační management pro manažery a ekonomy: distanční studijní opora*. Brno: Brno International Business School, 2016. ISBN 978-80-87255-69-8.
- (8) VRANA, Ivan a Karel RICHTA. *Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů: praktická příručka pro podnikové manažery*. Praha: Grada, 2005. *Management v informační společnosti*. ISBN 80-247-1103-6.
- (9) SODOMKA, Petr a Hana KLČOVÁ. *Informační systémy v podnikové praxi*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2878-7.
- (10) *The Beginners's Guide to Android: Android Architecture* [online], 2013. [cit. 2018-05-13]. Dostupné na: <https://www.edureka.co/blog/beginners-guide-android-architecture/>
- (11) *iOS Technology Overview* [online], September 2013. [cit. 2018-05-13]. Dostupné na: <https://developer.apple.com/documentation/>

- (12) WHITECHAPEL, Andrew a MCKENNA, Sean. Windows Phone 8 Development Internals. Microsoft Press, 2013. ISBN: 978-0735676237.
- (13) SMEJKAL, V. a K. RAIS. Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1667-4
- (14) RAIS, Karel a Radek DOSKOČIL. Risk management: studijní text pro kombinovanou formu studia. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2007. Učební texty vysokých škol. ISBN 978-80-214-3510-0.
- (15) KOCH, Miloš. Management informačních systémů: metodická příručka pro kombinovanou formu studia. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2006. Učební texty vysokých škol. ISBN 80-214-3268-3.
- (16) SEDLÁČKOVÁ, Helena a Karel BUCHTA. Strategická analýza. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2006. C.H. Beck pro praxi. ISBN 80-7179-367-1.
- (17) KARLÖF, Bengt a Fredrik H. LÖVINGSSON. Management od A do Z: klíčové pojmy a termíny. Brno: Computer Press, c2006. ISBN 80-251-1001-X.
- (18) MOLNÁR, Zdeněk. Efektivnost informačních systémů. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2000, 142 s. ISBN 80-716-9410-X.
- (19) MOLNÁR, Zdeněk. Efektivnost informačních systémů. 2. rozš. vyd. Praha: Grada, 2001. Management v informační společnosti. ISBN 80-247-0087-5.
- (20) Webnode- Interné materiály. Brno, 2018.
- (21) ACTURM s.r.o [online]. 2018. © 2018 [cit. 2018-05-12]. Dostupné z: <https://www.actumdigital.com/cs-CZ>
- (22) Synetech s.r.o.[online]. 2018. © 2018 [cit. 2018-05-12]. Dostupné z: <https://synetech.cz/>
- (23) Pixelmate[online]. 2018. © 2018 [cit. 2018-05-12]. Dostupné z: <https://pixelmate.cz/>
- (24) Appelis[online]. 2018. © 2018 [cit. 2018-05-12]. Dostupné z: <https://appelis.com/cs/>
- (25) System4u[online]. 2018. © 2018 [cit. 2018-05-12]. Dostupné z: <https://www.system4u.cz/>

- (26) PÁCALT, František. Projektové řízení. Ústí nad Labem: Univerzita Jana Evangelisty Purkyně, Fakulta životního prostředí, 2014. ISBN 978-80-7414-889-7.
- (27) Eurostat – Accessing European statistics [online]. 2017. © 2017 [cit. 2017-26-12]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/eurostat>
- (28) Statcounter – Mobile Operating System Market Share [online]. 2017. © 2017 [cit. 2017-26-12]. Dostupné z: <http://gs.statcounter.com/os-market-share/mobile/europe>

ZOZNAM OBRÁZKOV

Obrázok č. 1: Procesný model.....	16
Obrázok č. 2: Postup pri vývoji IS.....	19
Obrázok č. 3: Trojrozmernosť projektu.....	22
Obrázok č. 4: Architektúra Android systému.....	26
Obrázok č. 5: Architektúra iOS.....	27
Obrázok č. 6: Architektúra Windows Phone 8.....	28
Obrázok č. 7: SWOT analýza.....	32
Obrázok č. 8 :McKinseyho model.....	34
Obrázok č. 9 :Porterov model.....	36
Obrázok č. 10: Logo spoločnosti.....	39
Obrázok č. 11: Starý editor.....	43
Obrázok č. 12: Nový editor a šablóny.....	44
Obrázok č. 13: Nový webshop.....	45
Obrázok č. 14: Cena balíčkov u webových strán.....	45
Obrázok č. 15: Cena balíčkov u webshopov.....	46
Obrázok č. 16: Webnode v číslach.....	48
Obrázok č. 17: McKinseyho model 7S.....	50
Obrázok č. 18: Porterov model piatich síl.....	56
Obrázok č. 19: McFarlanov model u firmy.....	59
Obrázok č. 20: Stratégia spoločnosti.....	64
Obrázok č. 21: AppEliS balíčky.....	70
Obrázok č. 22: Fázy projektu.....	75

ZOZNAM TABULIEK

Tabuľka č. 1: SLEPT faktory.....	53
Tabuľka č. 2: Kandidáti na vývoj systému.....	68
Tabuľka č. 3: Kritéria pri rozhodnutí.....	69
Tabuľka č. 4: Bodové hodnotenie pre jemný výber.....	73
Tabuľka č. 5: Bodové hodnotenie dvoch firiem.....	73
Tabuľka č. 6: Projektové činnosti a trvanie.....	76
Tabuľka č. 7: Charakteristika jednotlivých rizík.....	78
Tabuľka č. 8: Hodnoty rizík slovne.....	79
Tabuľka č. 9: Kroky projektu.....	80
Tabuľka č. 10: Náklady projektu.....	82

ZOZNAM POUŽITÝCH GRAFOV

Graf č. 1: Zariadenie na používanie internetu v roku 2016.....	54
Graf č. 2: Surfovanie na internete v mobilu v roku 2016.....	54
Graf č. 3: Hodnotenie firiem.....	74
Graf č.4: Ganttov diagram.....	77
Graf č. 5: Mapa rizík.....	79